

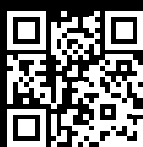
PROFITBÖRSE

DAS MAGAZIN FÜR FACHGROSSHANDEL, HANDWERK & INDUSTRIE

Mit verschiedenen
Marken arbeiten?
**Einfach mit
einem CAS Akku.**



**500 Maschinen.
50 Marken.
1 Akku.**



cas-akku.de

► **SCHWERPUNKT**

Akku- und Elektrowerkzeuge

► **IM FOKUS**

KI am Point of Sale

► **IM GESPRÄCH**

100 Jahre Upat

30 YEARS
PRESSING
EVOLUTION

ROMAX NANO AMPShare

Der nächste Schritt der (R)Evolution

Die kleinste und leichteste 32 kN-Hybrid-Pressmaschine
gibt es ab sofort auch in der AMPShare-Variante –
für noch mehr Flexibilität und effizienteres Arbeiten.

Und wenn du sie bis 30.11.2026 kaufst, erhältst du **zwei
Presswerkzeuge** aus unserem Aktionssortiment **gratis dazu** –
zusätzlich zu den **26 Bonuspunkten**, die du gegen tolle
Prämien tauschen kannst!



Weitere Informationen und die
Teilnahmebedingungen findest
du auf **rothenberger.com**



TEIL DES
BONUS
PROGRAMMS

Gerne hybrid

Keine Ausgabe mehr ohne KI-Thema. Solange sie dabei nicht ausbricht (wie vor einigen Wochen bei ChatGPT passiert, worüber breit berichtet wurde), geht es hier eher um die Inhalte, die die Aufmerksamkeit erzielen sollen, als um den spektakulären Nachrichteneffekt. Die Gefahr eines KI-Ausbruchs ist aber bei einem Printmedium durchaus überschaubar. Wir haben eine Expertin für die Gestaltung des Point of Sale gebeten, Möglichkeiten aufzuzeigen, wie die KI dabei unterstützen kann, Präsentationen zu kreieren. Über die sehr praktischen Tipps und Prompts hinaus ist ein Bericht entstanden, der insgesamt die Einsatzmöglichkeiten der KI am PoS in den Blick nimmt, von den Kundinnen- und Kundenbewegungen bis hin zur Integration aktueller Nachrichten – Stichwort kühlende Workwear bei aktueller Hitze (ab Seite 6). Es wäre eventuell noch interessant, welche Prompts die KI überhaupt bei ihrem „Ausbruch“ vor ein paar Wochen auf den Weg geschickt haben.



Dass es auch nach wie vor Themen gibt, bei denen KI keine Rolle spielt (zumindest nicht im Vordergrund), zeigen weitere Berichte in dieser Ausgabe. Hier geht es zentral um die persönliche Nähe, die direkte Kommunikation zwischen Menschen und das Aufzeigen von Perspektiven und Visionen. Denn, auch wenn viel über die Überlebensfähigkeit des Fachhandels und Produktionsverbindungshandels in den digitalen und globalen Zeiten gesprochen wird, wird die Zusammenarbeit mit eben jenem Fachhandel bzw. dem PVH von Herstellern (wieder) vermehrt gesucht – als kompetenter Kommunikator und Beratungsforum, als verlässliche Schnittstelle zu Anwenderinnen und Anwendern, als gut vernetzte Knotenpunkte. Er ist – in den konkreten Fällen – die Anlaufstelle für Roadshows oder Beraterteams von Elektrowerkzeugherstellern, bei denen sich eine neue Fokussierung auf den Fachhandel zeigt. Dazu passt: Auch für eine neu entstandene, weitere Akku-Allianz ist der präferierte Vertriebsweg klar: der Fachhandel. Die Interviews und Berichte dazu finden Sie auf den Seiten 18f, 20 und 22f.

Bleibt zu hoffen, dass bei den Bestrebungen, persönliche Kontakte zu knüpfen und Beratung aufgrund praktisch erworbener Kenntnisse als relevante Tipps zu geben, die KI ein sinnvolles Tool bleibt, das hilft und unterstützt und das in einer hybriden Welt spannende Perspektiven eröffnet. Dass KI den anderen Anteil an einer hybriden Welt überflüssig macht, ist sicherlich eine von wenigen bevorzugte Vorstellung.

In diesem Sinne, herzlichst

HARTMUT KAMPHAUSEN



INHALT

AKTUELL

GASTKOMMENTAR

Andrea Combrink: Vertrauen verkaufen – nicht nur Produkte 4

IM FOKUS

KI am Point of Sale 6

IM GESPRÄCH

Prof. Klaus Fischer: „Partnerschaften sind für mich ein wesentlicher Erfolgsfaktor“ 8

UNTERNEHMEN

Heco-Schrauben:
Wenn Planung Nachfrage schafft 10

WARENWIRTSCHAFT

Erfolgreich durch Synergien und Individualität 12

„Wir führen unsere Kunden ins KI-Zeitalter“ 14

SCHWERPUNKT AKKU- UND ELEKTROWERKZEUGE

CAS: 500 Maschinen, 50 Hersteller, ein Akku 16

Kärcher und Stihl: Ultimativer Standard für den professionellen Sektor 18

BeA: Neuer Akkunagler 19

Bosch Pro Tour 2026: Erlebnisformat für das Handwerk 20

Milwaukee: Überzeugende Vorteile für alle 21

SBD: Von der Produktfokussierung zu ganzheitlicher Zusammenarbeit 22

Mafell: Neue Akkunutfräse 23

Trumpf Kantenfräser in der Praxis 24

Jepson Power: Neue Akkuhandkreissäge 24

Steinel: Heißluftgebläse im Set 25

Krenn Stahlschneider in der Praxis 26

Festool: Kompakte Säbelsäge 27

Makita: Ergonomischer Akkuschlagschrauber 27

Rokamat: Vielseitigkeit erhöht 27

WERKZEUG & MASCHINEN

Produktthema Messwerkzeuge

Gerade alles leichter machen 28

Die Zukunft der Messtechnik ist hybrid 30

Beratungs-Kompetenzfeld

Heizen, trocknen, lüften und entstauben auf der Baustelle und in der Werkstatt 32

Neuheiten 34

Betriebsausstattung

Thur Metall: Perfekt und sauber gelöst 35

RUBRIKEN

Editorial 3

Impressum 35

Vorschau 35

SICHT- UND HÖRBAR BLEIBEN IN LAUTEN ZEITEN

Vertrauen verkaufen – nicht nur Produkte

GASTKOMMENTAR VON ANDREA COMBRINK, INHABERIN EINER AUF WERKZEUGE UND MESSTECHNIK SPEZIALISIERTEN PR-AGENTUR

Der Fachgroßhandel verkauft längst nicht mehr nur Produkte. Heute entscheiden oft Fachwissen, Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit über einen Auftrag. Doch genau diese Stärken müssen sichtbar gemacht werden.

Vor zehn, 20 Jahren war Kommunikation im Produktionsverbindungshandel oft überschaubar: Eine Pressemeldung zum Firmenjubiläum, ein Bericht über die Hausmesse oder den Ausbau des Standorts. Wer in der regionalen Zeitung oder einer Fachzeitschrift erschien, hatte sein kommunikatives Soll meist erfüllt.

DER TAKT HAT SICH GEÄNDERT

Heute informieren sich Kunden mithilfe von Suchmaschinen, auf Social Media, Fachportalen und zunehmend auch mittels KI. Produkte sind online jederzeit vergleichbar, Wettbewerber – allen voran Online-Marktplätze wie Amazon und Ebay – oft nur einen Klick entfernt. Zum eigentlichen Kerngeschäft, dem erfolgreichen Verkauf, kommen zudem neue Herausforderungen wie Fachkräftemangel, die digitale Transformation sowie Nachhaltigkeit hinzu.

Kommunikation hat sich dadurch grundlegend verändert. Heute entscheidet sich der Wettbewerb immer seltener allein über das Produkt, sondern zunehmend über Beratung, Fachwissen und Kundennähe – und die Sichtbarkeit auf den richtigen Kanälen.

HIER SPIELT DIE MUSIK

Wenn bei einem Pop-Konzert die Vorgruppe Jazz spielt, ist das nicht zielführend. Das Gleiche gilt für erfolgreiche Kommunikation. Man muss dort präsent

sein, wo Entscheider Informationen und Orientierung suchen! Eine wichtige Rolle fällt dabei Anwender-Fachmedien zu – denn: je größer die Informationsflut, desto wichtiger werden vertrauenswürdige Quellen. Fachjournalisten prüfen und ordnen Informationen ein, haben die nötige fachliche Tiefe und schaffen Aufmerksamkeit bei genau den Zielgruppen, die relevant sind.

Hinzu kommt: Beiträge auf Fachportalen bleiben in der Regel langfristig online verfügbar und werden so über klassische und KI-gestützte Suchmaschinen gefunden. Sie greifen bevorzugt auf seriöse und gut strukturierte Inhalte zurück. Wer seine Expertise über anerkannte Branchenmedien sichtbar macht, steigert auch die digitale Auffindbarkeit.

Das bedeutet aber nicht, dass man andere Kommunikationskanäle außer Acht lassen sollten. Soziale Medien zum Beispiel erfüllen andere wichtige Aufgaben. Sie helfen bei der Mitarbeitergewinnung, dienen dem schnellen Dialog mit Kunden, stärken das lokale Image, schaffen Nähe und erlauben das Setzen von unterhaltsamen Impulsen.

GLEICHER SONG, ANDERE INTERPRETATION

Das geänderte Informationsverhalten ist das eine. Der strukturelle Wandel der Marktsituation das andere. Wer heute Werkzeuge, Schrauben oder Baustoffe verkauft, konkurriert nicht nur mit dem Händler im



TITEL

500 Maschinen, 50 Marken, ein Akku – CAS setzt Maßstäbe.

Was 2018 mit neun Partnern begann, ist heute die größte markenübergreifende Akku-Allianz der Branche. Das Cordless Alliance System (CAS) verbindet führende Akku-Technologie mit maximaler Flexibilität für Anwender, Fachhandel und Hersteller.

Im Interview erläutern Peter Vullingsh und Thomas Zeller, warum Offenheit zum Erfolgsmodell wurde, welche Vorteile das Netzwerk bietet und wie die Zukunft von CAS aussieht.

Andrea Combrink ist seit 1992 im PR-Bereich tätig und Inhaberin der im Rhein-Main-Gebiet ansässigen PR-Agentur combrink communications. Gemeinsam mit ihrem Team berät und begleitet sie mittelständische Unternehmen und Konzerne aus den Bereichen Werkzeuge, Messtechnik, Logistik, Bau, Garten sowie Industrie in der strategischen B2B- und B2C-Kommunikation. www.combrink-communications.de (Foto: Combrink)



Vergleichbar ist das mit zwei Bands, die denselben Song spielen, der aber trotzdem völlig unterschiedlich klingt. Die Melodie ist identisch, Interpretation und Stil jedoch tragen eine unverwechselbare Handschrift.

DAS KONZERT BEGINNT VOR DEM ERSTEN TON

Bei einem Konzert entscheiden nicht allein die Fans, ob ein Auftritt gelingt, sondern auch Veranstalter und Techniker – und zwar lange bevor eine Band die Bühne betritt. Genauso beginnt erfolgreiche Kommunikation im Fachhandel lange vor der eigentlichen Kaufentscheidung. Wer seine Kommunikation auch an Planer, Einkäufer, Lieferanten sowie Mitarbeiter richtet, ist schon früh im Entscheidungsprozess sichtbar. Das steigert nicht nur die Chancen auf spätere Aufträge, sondern fördert auch die Mitarbeiterbindung ans Unternehmen und erleichtert das Anwerben neuer Arbeitskräfte.

DAS BLEIBT IM OHR

Kommunikation muss weder kompliziert noch laut sein. Entscheidend ist, regelmäßig und langfristig relevante Inhalte mit der relevanten Zielgruppe zu teilen. So baut man nicht nur Vertrauen auf, sondern hebt sich auch von der austauschbaren Masse ab. Inhalte, die im Ohr bleiben, sind zum Beispiel:

- ➔ Praxisbeispiele aus Kundenprojekten
- ➔ Kundeninterviews

- ➔ Checklisten und andere Orientierungshilfen
- ➔ Expertenkommentare zu aktuellen Entwicklungen
- ➔ Hersteller- und Partnereinsichten
- ➔ Fachwissen, z.B. zu Nachhaltigkeitsinitiativen oder digitaler Transformation im Handel

FAZIT: SICHT- UND HÖRBAR BLEIBEN IN LAUTEN ZEITEN

Die Kommunikationsmöglichkeiten sind heute vielfältiger denn je. Aufmerksamkeit zu bekommen, ist angesichts der Informationsflut schwierig. Unmöglich ist es aber nicht. Die fünf wichtigsten Punkte für eine erfolgreiche Kommunikation:

1. Kompetenz in den Vordergrund rücken statt Produkte

Über Lösungen sprechen und nicht allein über Produkte, also Fachwissen und Praxiserfahrungen teilen, um sich von der Masse abzuheben und Vertrauen zu schaffen.

2. Präsenz zeigen, wo Entscheider Informationen und Orientierung suchen

Anwender-Fachmedien, Branchenportale und Fachveranstaltungen erreichen häufig genau die Personen, die Kaufentscheidungen vorbereiten oder beeinflussen.

3. Kontinuität statt Einzelaktionen

Sichtbarkeit entsteht nicht durch eine einzelne Meldung, sondern durch regelmäßige Beiträge, Praxisbeispiele oder Expertenstatements.

4. Nicht nur Kunden ansprechen

Bei Planern, Einkäufern etc. ins Gespräch bringen. Je früher man im Entscheidungsprozess sichtbar ist, desto höher die Chancen auf spätere Aufträge.

5. Vertrauenswürdige Kanäle nutzen

In Zeiten von Informationsflut und KI-generierten Inhalten gewinnen vertrauenswürdige Kanäle an Bedeutung. Beiträge in Fachmedien wirken oft nachhaltiger als reine Reichweite in sozialen Netzwerken. ■

Der Gastkommentar spiegelt wie in jeder Ausgabe die Meinung des Autors/der Autorin und nicht unbedingt die der Redaktion wider.

Nachbarort, sondern auch mit nationalen wie internationalen Marktplätzen. Preise und Lieferzeiten lassen sich innerhalb weniger Sekunden vergleichen. Im Wettbewerb mit Plattformen wie Amazon lässt sich kaum über Reichweite oder Preise gewinnen. Für Händler liegen die entscheidenden Wettbewerbsvorteile in persönlichen Beziehungen, Beratungskompetenz sowie Dienstleistungen vor und nach dem Kauf.

Kommunikation ist also mehr als Produktwerbung. Dabei geht es nicht darum, möglichst laut zu sein oder jeden Trend in den Sozialen Medien mitzumachen. Im Gegenteil: In Zeiten schriller Produktwerbung werden Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit zur neuen Währung im Handel. Kunden interessiert vorrangig unter anderem:

- ➔ Wer versteht meine Herausforderungen?
- ➔ Was tut der Händler, um meinen administrativen Aufwand zu minimieren?
- ➔ Wer beantwortet meine technischen Fragen und hilft sofort, wenn es ein Problem geben sollte?
- ➔ Wer entwickelt mit mir eine passende Lösung?

Kommunikation sollte also genau diese Fragen beantworten. Statt ausschließlich Produkte zu bewerben, sollte man beispielsweise auf der eigenen Webseite oder in einem Anwender-Fachmedium darüber berichten, wie man Retouren oder Nachbestellungen handhabt. Praxisbeispiele sind ein guter Weg, um zu zeigen, wie man einem Kunden bei einem konkreten Problem weitergeholfen hat. Solche Erfolgsgeschichten (Best Practices) sind geteiltes Wissen und essenziell für Glaubwürdigkeit, Kundenbindung und Neukundengewinnung.

Immer aktuell informiert!



Melden Sie sich jetzt zum neuen Branchen-Newsletter der ProfiBörse an unter:

fz-profiboerse.de/newsletter



So erhalten Sie alle 14 Tage Neuigkeiten und Relevantes aus der und für die Werkzeugbranche.



WIE KÜNSTLICHE INTELLIGENZ DEN STATIONÄREN HANDEL UNTERSTÜTZT

KI am Point of Sale

Künstliche Intelligenz ist längst kein Zukunftsthema mehr. Im Handel hält sie Schritt für Schritt Einzug – von der Warenwirtschaft bis auf die Verkaufsfläche. Dort hilft sie, Prozesse effizienter zu gestalten, Kundenbedürfnisse besser zu verstehen und Ressourcen gezielter einzusetzen.

Die Stärke der KI liegt darin, große Datenmengen in kurzer Zeit auszuwerten, Muster zu erkennen und daraus Prognosen abzuleiten. Verkaufszahlen, Kundenströme oder Bestandsdaten werden analysiert und liefern wertvolle Erkenntnisse für Entscheidungen im Tagesgeschäft. Die eigentliche Herausforderung besteht jedoch darin, diese digitalen Möglichkeiten mit dem analogen Einkaufserlebnis sinnvoll zu verbinden.

KI IST IM STORE ANGEKOMMEN

Digitale Produktinformationen, Self-Checkout-Kassen oder interaktive Terminals gehören in vielen Filialen bereits zum Alltag. Für Kunden sind sie längst selbstverständlich geworden. Mit Künstlicher Intelligenz beginnt nun die nächste Entwicklungsstufe. An modernen Self-Checkout-Kassen erkennen Kameras Produkte automatisch und gleichen sie mit den erfassten Artikeln ab. Fehlscans oder Betrugsversuche lassen sich dadurch deutlich reduzieren, während der Bezahlvorgang gleichzeitig komfortabler wird.

Auch auf der Verkaufsfläche unterstützt KI den Handel zunehmend im Hintergrund. Kamerasysteme und Sensoren erkennen Regallücken, falsch platzierte Artikel oder drohende Warenengpässe. Sie prognostizieren, wann Produkte ausverkauft sein werden, und stoßen Nachbestellungen frühzeitig an. Das Ziel: Regale möglichst dauerhaft verfügbar zu halten – „Never out of Stock“ erhält damit eine ganz neue Dimension.

DATEN WERDEN ZU ENTSCHEIDUNGEN

Elektronische Preisschilder haben den Handel bereits vor einigen Jahren verändert. KI geht heute noch einen Schritt weiter: Sie berechnet optimale Preise anhand von Nachfrage, Wettbewerb, Lagerbestand sowie saisonalen oder tageszeitabhängigen Faktoren.

Preisanpassungen lassen sich innerhalb weniger Sekunden auf der gesamten Verkaufsfläche umsetzen.

Auch viele Routineaufgaben werden zunehmend automatisiert. Inventuren, die Erkennung von Schwund oder falsch einsortierter Ware sowie die Kontrolle von Warenbeständen erfolgen teilweise automatisiert. KI erkennt Auffälligkeiten frühzeitig und gibt konkrete Handlungsempfehlungen. Davon profitieren vor allem die Mitarbeitenden. Sie verbringen weniger Zeit mit wiederkehrenden Kontrollaufgaben und gewinnen Freiräume für Beratung, Service und persönliche Kundenbetreuung – Bereiche, in denen der stationäre Handel seine größten Stärken ausspielen kann.

DEN KUNDEN BESSER VERSTEHEN

Wie viele Menschen betreten täglich den Store? Welche Wege wählen sie? Vor welchen Regalen bleiben sie stehen? Welche Bereiche werden kaum wahrgenommen? Anonymisierte Kamerasysteme liefern

Anonymisierte Kamerasysteme liefern Daten über das Verhalten der Kundinnen und Kunden. (Abb.: Wittmann)

Antworten auf genau diese Fragen. Sie analysieren Laufwege, Aufenthaltsdauer und Besucherströme und machen die Customer Journey im Store nachvollziehbar.

Die gewonnenen Daten zeigen, welche Warenpräsentationen funktionieren, welche Produkte Aufmerksamkeit erzeugen und an welchen Stellen Verkaufschancen ungenutzt bleiben. Gleichzeitig entstehen immer präzisere Zielgruppenprofile. Händler können darauf reagieren, indem sie Sortimente anpassen, Verkaufsflächen neu strukturieren oder Zweitplatzierungen gezielt dort einsetzen, wo sie die größte Wirkung entfalten.

DER STORE, DER SEINE KUNDEN VERSTEHT

Ein Store, der seine Kunden begeistert ist auch im technischen Handel ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. Ein überzeugendes Einkaufserlebnis entsteht nicht zufällig. Es basiert auf einem Sortiment, einer Warenpräsentation und einer Kommunikation, die zur jeweiligen Zielgruppe passen. Dabei kann KI helfen, Inhalte genau dann auszuspielen, wenn sie relevant sind.

Moderne Content-Management-Systeme kombinieren Daten aus dem In-Store Tracking mit Informationen wie Wetter, Saison oder Tageszeit und steuern die Inhalte digitaler Displays automatisch. Regnet es am Morgen, erscheinen beispielsweise Hinweise auf wetterfeste Workwear oder Regenbekleidung. Gleichzeitig können Preise unter Berücksichtigung von Nachfrage und Lagerbestand dynamisch angepasst werden. So entstehen zusätzliche Kaufimpulse, ohne dass Waren aufwendig umgebaut oder neu dekoriert werden müssen.

BERATUNG NEU GEDACHT

Auch die Kundenberatung verändert sich. Viele Käufer möchten Produktinformationen selbstständig abrufen und Wartezeiten vermeiden. Interaktive Displays verbinden klassische Produktsuche mit KI-gestützten Empfehlungen. Sie beantworten individuelle Fragen, schlagen passendes Zubehör vor oder empfehlen höherwertige Alternativen. Dadurch entstehen neue Möglichkeiten für Cross- und Up-Selling, während

KI analysiert Laufwege, Aufenthaltsdauer und Besucherströme und macht die Customer Journey im Store nachvollziehbar.



Kunden schneller die für sie passende Lösung finden.

Hinzu kommen virtuelle Anproben. Regenbekleidung oder Workwear lassen sich digital an die eigene Körperform anpassen und realitätsnah darstellen. Gerade für Gewerbekunden spart das Zeit und erhöht gleichzeitig die wahrgenommene Servicequalität.

MEHR SORTIMENT TROTZ BEGRENZTER FLÄCHE

Nicht alle Produkte eines Sortiments oder Herstellers können im Store vorgehalten oder ausprobiert werden. Dafür ist die Auswahl oft zu speziell, zu groß und die zur Verfügung stehende Fläche begrenzt. Interaktive Displays schaffen hier zusätzliche Möglichkeiten. Sie erweitern das physische Sortiment um digitale Inhalte und machen auch selten nachgefragte oder besonders umfangreiche Produktprogramme sichtbar. So wird vorhandene Fläche deutlich effizienter genutzt.

Ergänzend eröffnen Virtual-Reality-Anwendungen neue Formen der Produktpräsentation. Werkzeuge oder Maschinen können virtuell erlebt und ausprobiert

werden, ohne dass sie physisch im Store vorhanden sein müssen. Das immersive Erlebnis, ein Werkzeug in die Hand zu nehmen und es virtuell zu testen, schafft ganz neue Kundenerlebnisse.

Für viele Händler hängt die Umsetzung solcher Konzepte allerdings noch von hochwertigem Content der Hersteller ab.

KI ALS WERKZEUG – NICHT ALS SELBSTZWECK

Künstliche Intelligenz liefert eine neue Qualität an Informationen und unterstützt Händler dabei, fundiertere Entscheidungen zu treffen. Das Zusammenspiel aus In-Store-Tracking, Sensorik an Regalflächen, Zielgruppendaten sowie externen Einflüssen wie Wetter oder Saison macht sichtbar, wie Kunden den Store tatsächlich nutzen und wann Kaufentscheidungen entstehen.

Dieses Wissen kann gezielt in die Gestaltung des Store-Layouts, der Sortimentsplanung, der Warenpräsentation und der Kundenansprache einfließen. Die Technik liefert dafür immer bessere Werkzeuge. Entscheidend bleibt jedoch, wie konsequent Händler die

gewonnenen Erkenntnisse auf der Fläche umsetzen. Denn auch im Zeitalter der Künstlichen Intelligenz gilt: Die Ärmel hochkrepeln muss der Handel weiterhin selbst.



Die Autorin des Beitrags, Anja Wittmann, ist Inhaberin der Agentur für Visuelle Kommunikation in Klingenstein. Sie ist spezialisiert auf Instore-Marketing und verkaufsaktive Warenpräsentation im technischen Fachhandel. www.anja-wittmann.de.

Wie kann man KI-Chatbots zur Ideenfindung nutzen?

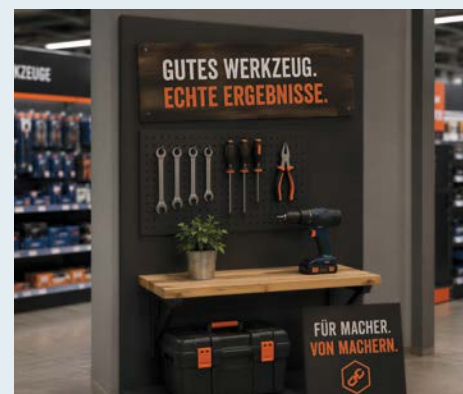
Angenommen, Sie möchten eine Präsentation für Werkzeuge in Ihrem Store aufbauen. Manchmal fehlt die zündende Idee. Mit einem KI-Chatbot erhalten Sie schnell Ideen und Inspirationen. Je genauer Sie die Prompts eingeben, desto besser das Ergebnis. Beispiele:



PROMPT: Gestalte die Fläche nur mit Bohrmaschine, verschiedenen Bohrern, Motiv hell und freundlich. Werkzeugkoffer, einer Schaufiger im Arbeitsoutfit. Das ganze Motiv hell und freundlich.



PROMPT: Gestalte eine Dekoration in einem Werkzeughandel.



PROMPT: Gestalte die Fläche kleiner und weniger aufwendig.



PROMPT: Gestalte eine Dekoration in einem Werkzeughandel mit Schaufiger im Arbeitsoutfit, vor einer Wand



PROMPT: Gestalte die Fläche freundlicher und heller.

Vom ersten Norm-Dübel bis zur modernen Systemkompetenz für die Baustelle der Zukunft: Upat verbindet 100 Jahre Erfahrung in der Befestigungstechnik mit einer konsequenten Ausrichtung auf kommende Anforderungen. (Fotos: Fischer)



100 JAHRE UPAT

»Partnerschaften sind für mich ein wesentlicher Erfolgsfaktor«

100 Jahre Upat: Die Traditionsmarke blickt im Jubiläumsjahr auf eine bewegte Geschichte mit zahlreichen Innovationen zurück und richtet gleichzeitig den Blick nach vorn. Über die Entwicklung der Marke, ihre Bedeutung innerhalb der Unternehmensgruppe Fischer und die strategische Ausrichtung sprachen wir mit Prof. Klaus Fischer, Inhaber, Vorsitzender der Holding und Vorsitzender des Beirats der Unternehmensgruppe Fischer.

ProfiBörse: Was zeichnet die Marke Upat aus?

Prof. Klaus Fischer: Upat ergänzt unser Portfolio seit mehr als 30 Jahren als wirtschaftlich positionierte Preis-Leistungs-Marke. Damit sprechen wir gezielt professionelle Anwender an, die verlässliche Qualität, einfache Verarbeitung und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis suchen. Upat steht für eine klare Fokussierung auf wichtige Befestigungsanwendungen, hohe Verfügbarkeit und wirtschaftliche Lösungen. Gleichzeitig profitieren Upat und Fischer von ihrer gebündelten Forschungs- und Entwicklungskompetenz, die Innovationen hervorbringt.

Gab es in der Historie der beiden Marken Upat und Fischer Situationen, in denen Upat im Bereich innovativer Produkte und Marktdurchdringung die Nase vorn hatte?

Upat gehört zu den Wegbereitern der modernen Befestigungstechnik und hat die Entwicklung der Branche über Jahrzehnte maßgeblich mitgeprägt. Während sich Fischer mit dem patentierten Kunststoff-Spreizdübel ab 1958 schnell zum Technologieführer im Bereich der Nylonbefestigungen entwickelte, setzte

Upat wichtige technologische Impulse in der Schwerlastbefestigung und in der Chemie. Ein Meilenstein war beispielsweise das chemische Verbundanker-Patronensystem UKA 3 aus dem Jahr 1963, das damals neue

Anwendungen in der Schwerlast-Befestigungstechnik ermöglichte. Parallel dazu baute auch Fischer das Portfolio im Bereich der Stahl- und Verbundanker kontinuierlich aus und entwickelte sich zunehmend zu einem starken Wettbewerber im Schwerlastsegment.

Mit der Übernahme von Upat im Jahr 1993 führte Fischer schließlich die beiden damals größten Dübelhersteller zusammen. Damit beschäftigte unser Unternehmen rund 2.300 Mitarbeitende und steigerte den Umsatz von 330 auf nahezu 470 Millionen D-Mark. Entscheidend war vor allem die Kombination der Kompetenzen. Wir konnten unsere Kräfte in Forschung und Entwicklung bündeln, bestehende Märkte weiter erschöpfen und neue Märkte erschließen.

Wie viel Fischer Forschung steckt im Upat-Sortiment, welche Synergien werden zwischen den Marken genutzt?

Beide Marken profitieren von unseren hohen Forschungs-, Entwicklungs- und Technologiestandards unserer Unternehmensgruppe. Unser Innovationsanspruch gilt für alle Bereiche. Entscheidend ist für uns dabei immer die Frage: Welche Lösung bietet unseren Kunden den größ-



Prof. Klaus Fischer, Inhaber, Vorsitzender der Holding und Vorsitzender des Beirats der Unternehmensgruppe Fischer.

ten Mehrwert? Gleichzeitig bewahrt Upat die eigenständige Positionierung mit einem klaren Profil: wirtschaftliche Lösungen für volumenstarke Kernanwendungen. Diese Kombination aus gemeinsamer technologischer Kompetenz und klarer Marktpositionierung ist eine unserer Stärken.

Hat sich in der strategischen Ausrichtung der Marke Upat in den über 30 Jahren seit der Übernahme durch Fischer etwas geändert – war mit der Übernahme die Zwei-Marken-Strategie schon beschlossene Sache?

Die Grundidee war von Anfang an, Upat als eigenständige Marke zu erhalten und weiter zu etablieren. Diese Strategie hat sich bewährt. Fischer und Upat besitzen beide eine starke Marktposition und ein hohes Vertrauen bei Handel und Handwerk – mit unterschiedlichen Profilen.

Ausgehend von seiner Gründung 1948 entwickelte sich unser Unternehmen zu einem weltweit führenden Anbieter von Befestigungslösungen, Systemen und Dienstleistungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette am Bau. Heute setzen wir unter anderem in den Bereichen Digitalisierung, Robotik und Bauwerksüberwachung mit Sensor-Ankern Maßstäbe. Wir adressieren ein breites Spektrum an Kundengruppen mit einem umfangreichen Systemangebot. Seit der Übernahme von Upat bündeln wir unsere Innovationskraft und entwickeln unsere Technologien innerhalb der Unternehmensgruppe gezielt weiter. Upat ergänzt das Fischer Portfolio mit zusätzlichen wirtschaftlichen Lösungen für volumenstarke Kernanwendungen.

Wie bekannt ist die Marke heute bei den Profis, wird sie als Zweitmarke von Fischer gegenüber den Anwenderinnen und Anwendern kommuniziert?

Upat ist im professionellen Umfeld etabliert und insbesondere im Fachhandel sowie bei Handwerkern bekannt. Die Marke steht für wirtschaftliche Befestigungslösungen und Anwendungsschwerpunkte im Profisegment. Gleichzeitig ist Upat Teil unserer Unternehmensgruppe und profitiert dadurch von unserer technologischen Kompetenz und Leistungsfähigkeit.

Fischer ist bekannt für eine umfangreiche Unterstützung der Handelspartner beim Abverkauf. Wie sieht es bei Upat aus: Ist hier die Preisstellung die stärkste Abverkaufsunterstützung?

Ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis ist ein wichtiger Bestandteil unserer Strategie. Die Unterstützung für unsere Handelspartner geht aber deutlich darüber hinaus. Neben wirtschaftlichen, nachfragestarken Sortimenten bieten wir seitens Upat auch eigene technische Beratung, die Bemessungssoftware DesignFix sowie umfangreiche technische und vertriebliche Unterlagen. Effiziente digitale Prozesse in unserer Zusammenarbeit mit dem Handel schaffen Geschwindigkeit, Transparenz und Flexibilität. Auch bei ihrem Online-Vertrieb und ihren Verkaufsaktionen unterstützen wir unsere Partner und fördern ihren Abverkauf. Der Preis ist also ein wichtiger Faktor, entscheidend ist aber das Zusammenspiel aus Wirtschaftlichkeit, Service, Verfügbarkeit und Unterstützung. ■



Die Marke Upat steht für wirtschaftliche Befestigungslösungen und Anwendungsschwerpunkte im Profisegment.

DIE PERFEKTE KOMBINATION

Profibörse 5/2026 erscheint zusammen mit **Wear@Work 2/2026** am 23.10.2026. Jetzt schon buchen – Anzeigenschluss ist der 29.09.2026

32. JAHRGANG - NR. 2/2026

PROFIBÖRSE

DAS MAGAZIN

AUSGABE FRÜHJAHR 2026

WEAR@WORK

HOTSPOT HANDEL BERUFSBEKLEIDUNG UND PSA

LESS Papier. MORE Zukunft.

So geht Zeit sparsam bei der Dokumentation

Wiha MFT one und PAT one

wiha.com/test-tools

Snickers WORKWEAR

StayFresh

Seit über 25 Jahren informiert die **Profibörse** ihre Leserinnen und Leser über handelsrelevante Themen aus dem Umfeld des PVH, des technischen Handels und des Fachhandels: fundiert, vernetzt, strategisch.

Dazu widmet sich **Wear@Work** 2x im Jahr intensiv dem Themenbereich Berufsbekleidung, PSA und PSAG. Damit erhalten die Leserinnen und Leser detaillierte Informationen zu diesem interessanten Sortimentsbereich.

Bleiben Sie umfassend informiert – mit dieser perfekten Kombination.

WARUM FACHPLANER ÜBER DEN SPÄTEREN MARKTERFOLG ENTSCHEIDEN

Wenn Planung Nachfrage schafft

Digitalisierung, steigende technische Anforderungen und der wachsende Stellenwert der frühen Planungsphase verändern die Bauwirtschaft nachhaltig. Mit seiner langfristig angelegten Fachplanerkampagne positioniert sich Heco-Schrauben gezielt an der Schnittstelle zwischen Planung, Ausführung und Fachhandel. Ziel ist es, technische Entscheidungsprozesse früher zu begleiten, Wissen systematisch bereitzustellen und damit den Fachhandel für den späteren Markterfolg zu stärken.

Die Bauwirtschaft befindet sich in einem strukturellen Wandel. Nachhaltigkeitsanforderungen, digitale Planungsmethoden und zunehmende Normierung führen dazu, dass wesentliche Produkt- und Systementscheidungen heute deutlich früher getroffen werden als noch vor einigen Jahren. Bereits in der Planungsphase werden technische Lösungen definiert, die später Ausschreibungen, Materialwahl und Ausführung bestimmen. Für den Fachhandel hat diese Entwicklung eine klare Konsequenz: Der Entscheidungszeitpunkt, welches Produkt verarbeitet wird, verschiebt sich nach vorne. Wer in dieser frühen Phase nicht präsent ist, verliert potenzielle Einflussmöglichkeiten auf spätere Beschaffungsprozesse. Genau hier setzt die Fachplanerkampagne von Heco an – und entfaltet indirekt eine starke Wirkung auf den Absatz im Fachhandel entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

FACHPLANER ALS HEBEL FÜR DEN FACHHANDEL

Im Zentrum der Kampagne stehen Tragwerksplaner, Architekten, Ingenieurbüros und technische Entscheider. Sie definieren heute maßgeblich, welche Produkte in Projekten eingesetzt werden. Heco stellt diesen Zielgruppen technische Informationen, digitale Planungshilfen und Weiterbildung frühzeitig zur Verfügung.

Für den Fachhandel entsteht daraus kein nachgelagerter Effekt, sondern ein unmittelbarer Marktzugang über die Planungsebene. Wenn Produkte bereits in Planungs- und Bemessungssoftware integriert sind, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sie in Ausschreibungen berücksichtigt werden. So werden Planungsentscheidungen zu einem direkten Absatztreiber für den Handel. Am konkreten Beispiel bedeutet das: Die Einbindung in Bemessungssoftwares wie mbAEC oder pcae und 3D-CAD-Softwares wie Allplan (über das Supparts-Plugin) oder hsbcad sowie die Bereitstellung von CAD-Daten, Bemessungshilfen und technischen Dokumentationen sorgt dafür, dass Heco-Produkte frühzeitig in Planungsprozesse einfließen. Das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass sie im Handel später gezielt nachgefragt werden. Heco positioniert sich so konsequent als Akteur an der Schnittstelle zwischen Planung, Ausführung und Fachhandel – und genau dort entsteht der entscheidende Markteinfluss.

STRUKTURIERTE THEMENARBEIT STATT KURZFRISTIGER KAMPAGNEN

Im Unterschied zu kurzfristigen Produktaktionen verfolgt Heco hier eine langfristige Themenstrategie. Technische Inhalte, digitale Services und Weiterbildung werden systematisch entwickelt und über verschiede-

ne Kanäle ausgespielt. Dazu gehören Whitepaper, Videos, Tutorials, Fachbeiträge, Newsletter und digitale Wissensplattformen. Für den Fachhandel entsteht dadurch ein kontinuierlicher Informationsstrom, der nicht nur die eigene Beratung unterstützt, sondern direkt die Verkaufsargumentation und Abschlusswahrscheinlichkeit im Projektgeschäft erhöht. Händler erhalten damit Inhalte, die unmittelbar in die Kommunikation mit Planern und Verarbeitern einfließen.

WISSEN DORT VERFÜGBAR MACHEN, WO ENTSCHEIDUNGEN ENTSTEHEN

Ein zentrales Prinzip der Kampagne ist die Omnipräsenz technischer Informationen. Fachwissen wird nicht nur auf Messen oder in Printmedien vermittelt, sondern über digitale Kanäle kontinuierlich bereitgestellt. LinkedIn, YouTube, Fachportale, Newsletter und Suchmaschinenmarketing sorgen dafür, dass relevante Inhalte genau dort verfügbar sind, wo Planungsentscheidungen vorbereitet werden. Technische Inhalte können direkt übernommen und in Beratungsgespräche integriert werden. Damit wird der Fachhandel nicht nur unterstützt, sondern aktiv in die Lage versetzt, früher im Projekt zu steuern und damit den Vertriebseffekt deutlich zu verstärken.

PERSÖNLICHER AUSTAUSCH BLEIBT ENTSCHEIDEND

Trotz aller Digitalisierung bleibt der persönliche Kontakt ein zentraler Erfolgsfaktor. Heco ist daher regelmäßig auf Fachkongressen, Branchenevents und Fachforen präsent. Dort stehen nicht nur Produkte im Mittelpunkt, sondern vor allem der technische Dialog mit Planern,

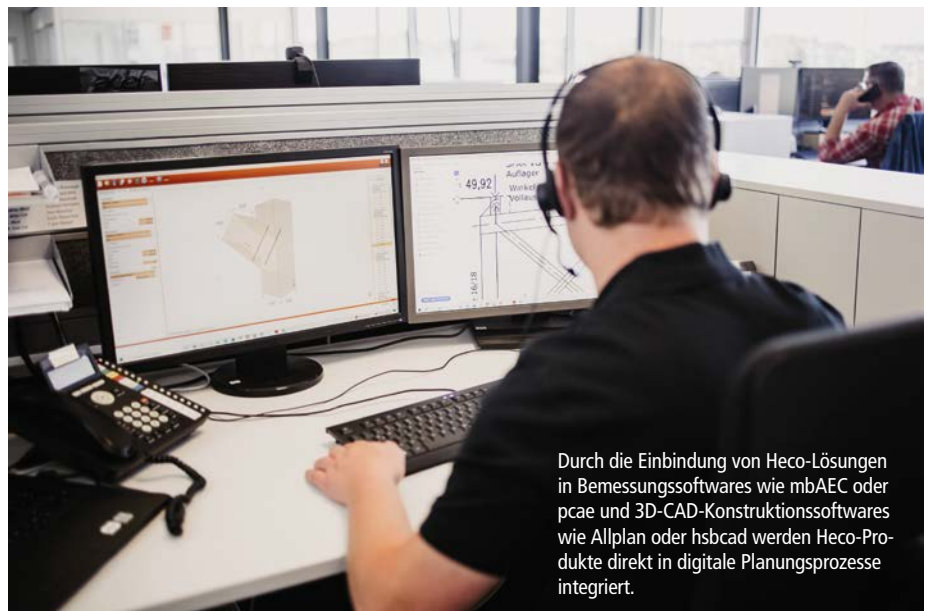


Autor des Beitrags: Manuel Flaig, Leitung Anwendungstechnik bei Heco-Schrauben. (Fotos: Heco)

Ingenieuren und Ausführenden. Für den Fachhandel entsteht daraus ein zusätzlicher Nutzen: Die dort gewonnenen Erkenntnisse fließen in technische Unterlagen, Schulungen und Beratungsmaterialien ein, die wiederum im Vertrieb eingesetzt werden können. So wird der persönliche Austausch zu einem direkten Verstärker für die Marktposition des Fachhandels.

VERTRIEBSTECHNIKER ALS TECHNISCHE SCHNITTSTELLE

Ein weiterer zentraler Baustein der Kampagne sind spezialisierte Vertriebstecher. Sie begleiten Planungsbüros und Unternehmen direkt vor Ort, unterstützen bei Bemessung, Normen, Zulassungen und projektspezifischen Fragestellungen. Je präziser Planer und Ausführende beraten werden, desto klarer werden



Durch die Einbindung von Heco-Lösungen in Bemessungssoftwares wie mbAEC oder pcae und 3D-CAD-Konstruktionssoftwares wie Allplan oder hsbcad werden Heco-Produkte direkt in digitale Planungsprozesse integriert.



Das Heco-Wissensportal umfasst regelmäßig aktualisierte Whitepapers, Onlineseminare, technische Fachbeiträge sowie Anwendungsbeispiele und stellt sie Planern, Ausführenden und dem Fachhandel zentral zur Verfügung.

Produktspezifikationen definiert, die später über den Handel abgerufen werden. Damit entsteht eine direkte Verbindung zwischen technischer Beratung und späterem Absatz.

HECO-AKADEMIE ALS BRÜCKE ZWISCHEN WISSEN UND VERTRIEB

Eine besondere Rolle spielt die Heco-Akademie. Sie richtet sich an Fachplaner, Verarbeiter und den Fachhandel gleichermaßen und vermittelt Produktwissen,

Normen, digitale Planungsmethoden und anwendungsbezogene Grundlagen.

Für den Fachhandel ist die Akademie kein begleitendes Angebot, sondern ein zentraler strategischer Hebel im Marktaufbau. Schulungen ermöglichen es, technische Beratung auf ein höheres Niveau zu heben und Kunden bereits in frühen Projektphasen aktiv zu führen. Gleichzeitig stärkt die Akademie die Position des Handels als technischer Ansprechpartner und nicht nur als reiner Lieferant.

Heco-Planungshilfen unterstützen Tragwerksplaner dabei, HECO-Systeme frühzeitig in der Entwurfs- und Ausführungsplanung zu berücksichtigen und projektsicher zu integrieren.



Die Heco-Fachplaner-Kampagne verankert Heco frühzeitig in der Planungsphase und stärkt so gezielt die technische Entscheidungsbasis für Projekte entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Mit wertvollen Informationen in den neuen Infoblättern unterstützt Heco vor allem Planer bei einer fundierten und sicheren Produktauswahl.

FRÜHZEITIGER EINFLUSS STATT REAKTIVER VERKAUF

Die Fachplanerkampagne verschiebt den klassischen Vertriebsprozess. Statt reaktiv auf Ausschreibungen zu reagieren, entsteht für den Fachhandel die Möglichkeit, bereits in der Planungsphase präsent zu sein. Inhalte, digitale Tools und technische Beratung wirken dabei als Multiplikatoren für spätere Nachfrage. Entscheidend ist dabei weniger die einzelne Maßnahme, sondern das Zusammenspiel aller Elemente: digitale Planungstools, persönliche Beratung, Fachkommunikation, Weiterbildung und technische Services greifen ineinander und erzeugen eine hohe Marktdurchdringung auf Planerebene. ■



M18 FUEL SURGE™
**1/4" HEX-HYDRAULIK-
AKKU-SCHLAGSCHRAUBER**

LEISE, KRAFTVOLL, KOMPAKT.

- ✓ 50 % leiser, ruhigerer Lauf und 3 x weniger Vibrationen
- ✓ 113 Nm Drehmoment und 3 x schneller
- ✓ 110 mm Länge, 63 mm Breite

milwaukeetool.de @MILWAUKEETOOLDACH



MEHR INFOS
ZUM PRODUKT



TIM TOOLS-IN-MOTION SETZT AUF SOFTWARE-KOOPERATION

Erfolgreich durch Synergien und Individualität

Wie lässt sich ein ERP-System in hohem Maße individualisieren und gleichzeitig von der kollektiven Innovationskraft einer Anwendergemeinschaft profitieren? Die Tim Tools-in-motion GmbH macht es vor. Der Lieferant hochwertiger Präzisionswerkzeuge kooperiert mit fünf weiteren Anwendern von Enventa Trade ERP im Precitool Verbund. Die Anforderungen dieser Gemeinschaft werden gebündelt und in einem eigenen Enventa Software-Package umgesetzt. Ein zentrales Thema sind dabei Import und Pflege von Produktdaten. Darüber hinaus profitiert Tim aber auch von firmenindividuellen Entwicklungen in Enventa.



Die Geschäftsleitung von Tim (v.l.): Svend Schleidgen, Dirk Schachtsiek und Friedo Dehmer setzen auf Prozessoptimierung und effektives Produktdatenmanagement.

Die Tim Tools-in-motion GmbH ist ein langjähriger Enventa-Anwender, der sein ERP-System in hohem Maße an seine Anforderungen angepasst hat. Gemeinsam mit heute fünf weiteren Unternehmen, die Enventa Trade ERP einsetzen, profitiert Tim zugleich von Synergien, die durch das Enventa Precitool-Package gehoben werden.

Die Module Einkauf, Verkauf und Vertrieb bilden das kaufmännische Rückgrat des ERP-Systems von Tim. Ergänzt wird dieses durch das Modul Projektmanagement, das Tim sowohl für Betriebseinrichtungsprojekte beim Kunden als auch für interne kaufmännische Pro-

jekte – etwa die Verwaltung von Rahmenverträgen – nutzt. Für das Konditionswesen setzt das Unternehmen auf eine Sonderlizenzierung der Baustoffhandelslösung, deren Rabattleisten-Funktion eine differenzierte, kundenindividuelle Konditionierung ermöglicht – ein echter Vorteil angesichts der Vielzahl an Lieferanten und unterschiedlicher Vereinbarungen im Hintergrund.

Für die Analyse von Kennzahlen und die Steuerung des Unternehmens, nutzt Tim sowohl das Enventa Zoom-Dashboard als auch die vom Enventa Partner ERP Novum entwickelten Cockpit-Funktionen, die dem Innen- und Außendienst schnellen Zugriff auf kunden-

bezogene Informationen bieten. Ergänzend nutzt Tim auch eigene SQL-Abfragen, um Auswertungen abzubilden, die im Standard nicht vorgesehen sind.

FLEXIBLE DATENSTRUKTUREN – FLEXIBLER DATENAUSTAUSCH

In der Vergangenheit hatten die Enventa-Anwender des Precitool-Software-Packages die Kommunikation mit dem Precitool-Zentrallager über eine fest programmierte XML-Schnittstelle realisiert: Ein Knopfdruck im Bestellwesen löste eine XML-Übertragung zur Precitool-Gruppe aus. Lieferscheine und Rechnungen kamen per EDI zurück. Zusätzlich ermöglichte eine Bestandschnittstelle die Echtzeit-Abfrage von Lagerbeständen. Mit dem Einsatz des Werkzeugs XMapper von Enventa Trade ERP haben Tim und die kooperierenden Enventa-Anwender der Precitool-Kooperation diesen Prozess grundlegend modernisiert. Statt bei jeder Änderung in den Quellcode eingreifen zu müssen, lassen sich XML-Strukturen und Übertragungslogiken heute flexibel konfigurieren – ohne jede Programmierkenntnisse. Passt Precitool seine Datenstruktur an, sind die Gesellschafter fähig, mit wenigen Klicks zu folgen. Manuel Szmula, IT-Leiter bei Tim, urteilt deshalb: „Wenn man einmal verstanden hat, was dieses Tool alles kann, dann will man nicht mehr ohne es arbeiten.“

PRODUKTDATENIMPORT UND PREISKALKULATION

Neben Precitool ist das Unternehmen Tim an weitere Lieferantennetzwerke angebunden, darunter die Soennecken eG für Bürobedarf. Die kaufmännischen Daten – Preise, Konditionen, Aktionsdaten – werden über den Artikel-Preis-Manager verarbeitet, der nahtlos mit dem XMapper zusammenarbeitet. Dabei sind die

Firmensitz von Tim in Meinerzhagen:
Das Unternehmen ist 2010 durch den Zusammenschluss der Firmen SWF, Adolf Grothe und Hespo Hebbinghaus entstanden.
(Fotos: Tim Tools-in-motion)





BOSCH

Technik fürs Leben

Bosch Professional



Scanne den
Code für alle
Tour-Stops!

ERLEBE DIE WELT VON BOSCH PROFESSIONAL: WIR KOMMEN IN DEINE NÄHE!

Teste auf mehr als 200 Quadratmetern in und um unseren BOSCH Truck die Werkzeuge und Messgeräte unserer neuen Top-Leistungsklasse Expert, fachsimpel mit unseren Experten und stärke dich an unserem Foodtruck. Eintritt frei!

Datenmengen umfangreich: Allein von Precitool verarbeitet Tim monatlich zwischen 150.000 und 200.000 Artikeländerungen. Soennecken-Updates umfassen bis zu 40.000 Artikel. Der Artikel-Preis-Manager übernimmt dabei nicht nur den Import, sondern auch die Preiskalkulation. Teil der Kalkulation sind auch die Metallzuschläge. Diese gewinnen aktuell im Hartmetallbereich enorm an Bedeutung. So hat sich etwa der Preis für Wolfram, welches unverzichtbar für Hartmetalle und Werkzeugbau ist, seit Jahresbeginn 2025 mehr als verfünffacht.

LOGISTIK: EIGENES LAGER UND STRECKENGESCHÄFTE

Tim betreibt ein eigenes Lager mit einer dedizierten Lagerfachkraft und wickelt einen Teil des Warenumschlags selbst ab – sei es für Großkunden mit Sonderanforderungen oder für Montageleistungen vor Ort. Der überwiegende Teil des Sortiments läuft jedoch als reines Streckengeschäft über das Precitool-Zentrallager und dessen Lieferanten direkt zum Kunden. Über das ERP-System lässt sich dabei steuern, ob und in welcher



Form der Lieferursprung auf dem Versanddokument sichtbar ist.

ERP-SYSTEM MIT E-COMMERCE-LÖSUNGEN VERBUNDEN

Ein weiteres Highlight ist der ePortal Connect-Webservice, der vom Enventa Partner ERP Novum (heute Teil von Enventa Technical Trade Solutions) entwickelt wurde und als universelle, Shop-unabhängige Schnittstelle zur „Außenwelt“ dient. Tim nutzt ePortal

Manuel Szmula, IT-Leiter bei Tim, koordiniert auch die Zusammenarbeit der Enventa-Anwender in der Precitool-Gruppe.

Connect unter anderem für den eigenen Webshop, der Preise, Verfügbarkeiten und Bestellungen direkt mit Enventa Trade ERP synchronisiert. Auch eine Vertriebs-App für das iPad auf Basis der Lösung Engomo ist auf diese Weise mit Enventa Trade ERP verbunden. Sie liefert dem Außendienst beim Kunden vor Ort Echtzeit-Preise und erlaubt es, Aufträge direkt im ERP-System zu erfassen.

Hier greift wieder die Zusammenarbeit der Enventa-Anwender in der Precitool-Gemeinschaft: Obwohl die beteiligten Partner unterschiedliche Shop-Systeme einsetzen, können alle dieselbe ePortal Connect-Schnittstelle verwenden – mit ERP-seitig konfigurierbaren Parametern, welche die Enventa-eigene Bestpreisfindung und Konditionslogik vollständig übertragen.

INTERVIEW MIT JOCHEN MOLL, CEO DER ENVENTA GROUP

»Wir führen unsere Kunden ins KI-Zeitalter«

Seit dem 1. Mai 2026 steht Jochen Moll an der Spitze der Enventa Group, zu deren Produktportfolio auch die Unternehmenssoftware Enventa Trade ERP zählt. Moll bringt mehr als 30 Jahre Erfahrung in der europäischen Softwarewirtschaft mit, davon über 15 Jahre in Führungsverantwortung. Wir haben mit ihm darüber gesprochen, wie die Unternehmensgruppe ihren Kunden den Weg in eine von Künstlicher Intelligenz geprägte Zukunft bereiten will.



Jochen Moll, CEO der Enventa Group. (Foto: Enventa)

ProfiBörse: Sie sind seit Anfang Mai CEO der enventa Group. Wie verliefen die ersten Monate – und welche Erfahrungen aus Ihrer Laufbahn bringen Sie in diese Rolle ein?

Jochen Moll: Die ersten Wochen waren vor allem Wochen des Zuhörens, bei den Teams an unseren Standorten und bei Kunden. Mein Eindruck hat sich dabei schnell verfestigt: Hier treffen starke, tief in den Branchenprozessen verankerte Produkte auf ein Team mit echter Leidenschaft für den Mittelstand – und auf Kunden, die den Unternehmen der Gruppe seit Jahren die Treue halten. Ein außergewöhnlich stabiles Fundament, das die Geschäftsführung und das gesamte Team gelegt haben.

Was ich mitbringe, passt gut zu dem, was vor uns liegt. Bei Intershop habe ich eine Cloud-Transformation und den Weg zu modularen Produktarchitekturen verantwortet, als Chief Digital Officer der Sonapar Group die digitale Strategie eines der weltweit größten Elek-

trogroßhändlers – also einer Welt, die viele unserer Handelskunden gut kennen. Und bei Atoria, Teil der Proalpha Group, habe ich drei spezialisierte Softwareunternehmen unter einer Plattform zusammengeführt. Genau dieses Muster – aus starken Einzelteilen ein integriertes Ganzes zu formen – ist für die Enventa Group hochrelevant.

Was dürfen ihre Kunden in den nächsten Jahren erwarten? Wohin geht die Reise?

Klar in Richtung integrierte Gruppe. Unsere Kunden sollen nicht einzelne Produkte erleben, sondern einen Verbund, der zusammenwirkt – ERP, Finanzbuchhaltung, Cash Management und Business Intelligence, branchenspezifisch und aufeinander abgestimmt. Schlüsselprojekte wie die Cloud-Plattform Enventa Business Hub und die darauf aufbauenden KI-Angebote entwickeln wir konsequent weiter. Besonders wichtig ist mir dabei das entscheidende Versprechen

an unsere Kunden: Investitionssicherheit. Wer heute mit einer unserer Lösungen arbeitet, hat in ein Fundament investiert, auf dem wir aufbauen – die bestehenden Systeme werden weiterentwickelt, der Business Hub erweitert sie. Eine Investition in Enventa ist damit eine Investition in eine Plattform, die mit dem Unternehmen mitwächst.

Stichwort Künstliche Intelligenz: Wo liegen die Prioritäten – gerade in den ERP-Systemen, die ja das Herz der Anwenderunternehmen bilden?

Genau dort, denn das ERP ist das Herz des Unternehmens. Deshalb behandeln wir KI nicht als Schicht, die man über ein bestehendes Produkt legt. Wir bauen sie in die Branchenprozesse ein – in die automatische Disposition, die intelligente Sortimentsplanung, das vorausschauende Cashflow-Management. Das Branchenwissen aus Jahrzehnten steckt direkt im System: kein monatelanges Vorab-Training, kein Umweg.

DIE VISION: DATENPFLEGE ALS GEMEINSCHAFTSAUFGABE

Daten-Mappings und Import-Konfigurationen werden bereits heute innerhalb der Gruppe der sechs Enventa-Anwenderfirmen ausgetauscht, um Doppelarbeit zu vermeiden. In regelmäßigen Jour-Fixe-Terminen werden neue Anforderungen der Anwenderfirmen priorisiert, Rollout-Planungen abgestimmt und gemeinsame Entwicklungsschritte koordiniert. Aktuell steht die Umstellung auf die neue Version 4.8 von Enventa Trade ERP auf der Agenda.

Die große Vision, so berichtet Manuel Szmula, der nicht nur IT-Verantwortung bei Tim trägt, sondern auch als informeller Koordinator des Precitool-Enventa-Packages für die beteiligten Händler fungiert, sei jedoch ein gemeinsamer, zentraler Artikelpool, aus dem alle sechs kooperierenden Enventa-Partner in der Precitool-Gruppe schöpfen könnten. Mit Blick auf die Zukunft sieht er zudem Potenzial für den Einsatz von KI, um Prozesse des Datenimports weiter zu automatisieren und Artikeldaten effizienter zu qualifizieren. ■

Eine Unterscheidung liegt mir dabei am Herzen. Viele Anbieter sagen, sie begleiten oder unterstützen ihre Kunden bei KI. Unser Anspruch ist ein anderer: Wir wollen führen. Begleiten heißt nebenherlaufen. Führen heißt vorangehen – und Verantwortung für das Ergebnis übernehmen. Ein mittelständisches Unternehmen sollte nicht erst selbst zum KI-Experten werden müssen, um von KI zu profitieren. Diese Arbeit nehmen wir ihm ab. So entsteht auch Zukunftssicherheit: nicht dadurch, dass man jede neue Technologie mitnimmt, sondern dadurch, dass die Intelligenz dort sitzt, wo der Kunde ohnehin arbeitet – und sich Prozesse künftig zunehmend selbst optimieren, innerhalb klar definierter, nachvollziehbarer Grenzen.

Warum ist der Business Hub in der Cloud so zentral für die Umsetzung von KI in Ihren Lösungen?

Weil KI eine Umgebung braucht, in der sie entstehen, wachsen und wirken kann – und weil sie eine gewaltige Rechenpower verlangt, die niemand hundertfach lokal installieren möchte. In der Cloud haben wir diese Beschränkungen nicht, können kontinuierlich weiterentwickeln, statt unsere Kunden von Versionsprung zu Versionsprung zu schicken, und es entstehen Synergien zwischen unseren Lösungen.

Konkret wird das an Enventa Emma, unserer KI-Agentin: Sie ist die zentrale Schnittstelle zum gesamten Ökosystem – in natürlicher Sprache und mit vollem Branchenkontext. Sie beantwortet nicht nur Fragen, sie erkennt Handlungsbedarfe und schlägt nächste Schritte vor, über ERP, Finance, Treasury und BI hinweg. Schritt für Schritt entwickeln wir den Business Hub so zur ersten branchenspezifischen Agentic Business-Plattform für den Mittelstand im DACH-Raum – mit spezialisierten Agenten für Einkauf, Mahnwesen, Liquiditätssteuerung oder Reporting, die eigenständig handeln und sich gegenseitig orchestrieren. Diese Zukunft bauen wir bewusst nicht für den Großkonzern, sondern gemeinsam für den Mittelstand. ■

Wichtige Termine ProfiBörse 2026/2027

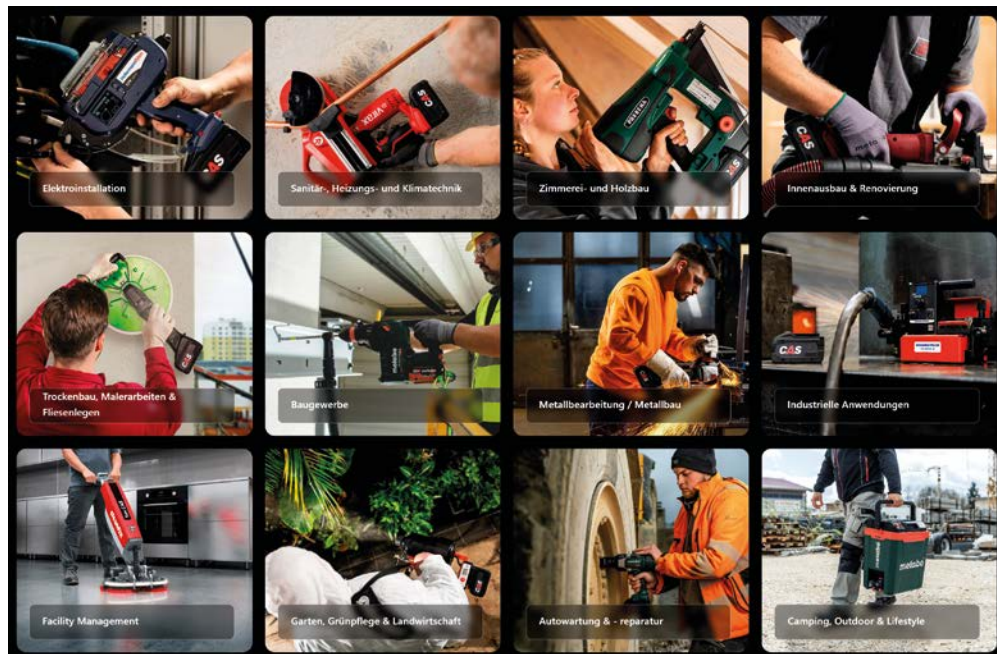
	Anzeigenschluss	Druckunterlagenchluss	Erscheinungstermin
NR. 5/26	29.09.2026	01.10.2026	23.10.2026
NR. 6/26	18.11.2026	20.11.2026	11.12.2026
NR. 1/27	03.02.2027	05.02.2027	26.02.2027
NR. 2/27	31.03.2027	06.04.2027	23.04.2027
NR. 3/27	02.06.2027	04.06.2027	25.06.2027
NR. 4/27	28.07.2027	30.07.2027	20.08.2027
NR. 5/27	29.09.2027	01.10.2027	22.10.2027
NR. 6/27	17.11.2027	19.11.2027	10.12.2027

PROFI BÖRSE

Media & Service Büro Bernd Lochmüller
Bleichstraße 77a, 33607 Bielefeld
Tel. (05 21) 400 21-0
E-Mail: info@fz-profiborse.de
Internet: www.fz-profiborse.de

Ihr Ansprechpartner:
Bernd Lochmüller
Tel. (0171) 610 26 78





CAS MEILENSTEIN

500 Maschinen, 50 Hersteller, ein Akku

Mit dem Cordless Alliance System, kurz CAS, hat Metabo ein markenübergreifendes Akkusystem aufgebaut, das heute mehr als 50 Partner verbindet. Im Interview sprechen Peter Vullingsh, Metabo CEO und President Strategic Business Unit Koki Holding Europe und Thomas Zeller, Leiter CAS-Partner-Programm & OEM darüber, warum Offenheit in der Akkutechnologie zum Erfolgsfaktor wurde, wie Partner, Fachhandel und Anwender davon profitieren und wohin sich das System weiterentwickeln soll. Dabei geht es um technologische Führungsansprüche, konkrete Marktvorteile und die Frage, warum ein gemeinsames Akkusystem in vielen Gewerken heute mehr Nutzen stiftet als Einzellösungen.

ProfiBörse: Eine Akku-Allianz, die von einem Elektrowerkzeug-Hersteller ins Leben gerufen wird, ist ein mutiger Schritt. Warum hat Metabo sich seinerzeit entschieden, die eigene Akku-Technologie zu öffnen, anstatt sie exklusiv zu nutzen?

Peter Vullingsh: Metabo hat die Akku-Technologie geöffnet, weil CAS für alle Beteiligten einen klaren Mehrwert schafft: für die Partner, für Metabo, und vor allem für die Endkunden. Für viele Hersteller von Elektrowerkzeugen wäre es sehr aufwendig, selbst eine starke Akkukompetenz aufzubauen und technologisch dauerhaft Schritt zu halten. Mit CAS können sie sich auf ihre eigenen Stärken konzentrieren. Für die Anwender ist der Vorteil besonders greifbar: Sie bekommen ein leistungsfähiges, durchgängiges System statt vieler einzelner Lösungen, die nicht zusammenpassen.

CAS startete 2018 mit neun Partnern und hat heute über 50. Wenn Sie die Anfangsidee in einem Satz zusammenfassen müssten, wie würde dieser lauten?

Thomas Zeller: Die Grundidee lautete: ein Akku für alle Anwendungen und alle Gewerke. Auslöser war der

Wunsch vieler Handwerker nach einem einheitlichen System, das den Arbeitsalltag einfacher macht. Gleichzeitig wurde immer deutlicher, dass sich der technologische Wandel im Akkubereich gerade für kleinere Hersteller kaum noch allein stemmen lässt. CAS verbindet deshalb beides: technologische Zusammenarbeit auf Herstellerseite und spürbaren Nutzen auf Anwenderseite.

Die Hersteller der Akku-Allianz bieten mehr als 500 Akkugeräte für zahlreiche Gewerke: Metall, Dach und Holz, Elektrik, Sanitär, Innenausbau, Garten & Facility Management, Instandhaltung und weitere.

Wenn ein internationaler Spezialist aus einer für Sie neuen Branche Teil von CAS werden möchte: Welche strategischen Vorteile – über die reine Technik hinaus – überzeugen solche Unternehmen?

Peter Vullingsh: CAS bietet nicht nur Akku-Technologie, sondern einen echten Systemgedanken. Ein Spezialist wird Teil eines Netzwerks, das für verschiedene Gewerke komplette Lösungen bereitstellt und damit näher an den realen Anwendungen der Kunden ist. Das stärkt die Marktposition, weil ein Unternehmen nicht mehr allein agiert, sondern an ein breiteres Leistungsversprechen andocken kann. Für viele Partner ist genau das entscheidend: Sie erweitern ihre Relevanz im Markt, ohne ihre eigene Identität aufzugeben.

Wenn ein Partner sich für CAS entscheidet, kann er sich auf seine Kernkompetenz fokussieren. Wie unterstützen CAS und Metabo Hersteller von innovativen Spezialanwendungen bei der Integration der CAS-Schnittstelle?

Thomas Zeller: Metabo begleitet die Integration mit einem erfahrenen Entwicklungsteam, das über viele Jahre OEM- und Partnerschnittstellen aufgebaut hat. Die Partner erhalten Geometriedaten, Schnittstelleninformationen und praxiserprobte Methoden, mit denen sie ihre Maschinen effizient an das System anbinden können. Hinzu kommen konkrete Entwicklungsbausteine für Hersteller, die von Netz- oder Pneumatiklösungen auf Akku umsteigen, denn die Motorentechnik und die 18 V Elektronik sind in den meisten Fällen nicht verfügbar. Das verkürzt Wege, senkt Hürden und beschleunigt den Schritt zur marktfähigen Lösung.

Jeder neue Partner erweitert die Vielfalt des Systems. Wie fördert die Zusammenarbeit innerhalb der Allianz Synergien, von denen alle Mitglieder profitieren – auch wenn sie teilweise in Wettbewerb zueinander stehen?

Peter Vullingsh: Die wichtigste Synergie liegt in der gemeinsamen Akkutechnologie. Partner können sich auf ihre Werkzeuge, ihre Zielgruppen und ihre jeweilige Marken-DNA konzentrieren, während Metabo die Batterietechnologie weiterentwickelt. Gleichzeitig entstehen im Markt zusätzliche Chancen: gemeinsame Bewerbung, bessere Sichtbarkeit im Handel und neue Zugänge zu Vertriebskanälen. Selbst dort, wo sich Sor-

Die Akku-Allianz-CAS umfasst aktuell 50 Hersteller mit 500 Maschinen, die alle mit einem Akku betrieben werden können. (Fotos: Metabo)



timente überschneiden, bleibt der Kunde in der Regel seiner Marke treu. Aber wenn er Werkzeuge braucht, die seine Marke nicht hat, findet er sie gezielt bei anderen CAS-Partnern – weil eben die Akkus passen.

Partner erfinden durch die CAS-Technologie ganze Geräteklassen neu, indem sie zum Beispiel laute und emissionsstarke Antriebe ersetzen. Inwieweit ist die Allianz auch ein Motor für solche Innovationen, die zu mehr Nachhaltigkeit und Arbeitssicherheit führen?

Thomas Zeller: CAS wirkt als Innovationsmotor, weil die Allianz leistungsfähige Akkutechnologie schnell verfügbar macht. Der entscheidende Schub kam mit LiHD: Damit wurden Anwendungen möglich, die zuvor Netz- oder Verbrennungstechnik brauchten. Für Entwickler eröffnet das neue Spielräume, um leisere, emissionsärmere und zugleich leistungsstarke Geräte zu bauen. So entstehen Innovationen nicht nur schneller, sondern auch näher an den heutigen Anforderungen von Arbeitssicherheit und Nachhaltigkeit.

Für den Handwerker auf der Baustelle zählt vor allem eines: Effizienz. Wie genau trägt CAS dazu bei im Arbeitsalltag?

Thomas Zeller: CAS vereinfacht den Baustellenalltag spürbar. Akkus lassen sich markenübergreifend nutzen, Ladegeräte und Gerätemanagement werden deutlich übersichtlicher und der spontane Tausch geladener Akkus wird einfacher. Das spart Zeit, vermeidet Stillstand und reduziert die Zahl an Akkus und Ladegeräten, die ein Betrieb vorhalten muss. Gleichzeitig werden die vorhandenen Akkus besser ausgelastet – das senkt Kosten und verbessert auch die Umweltbilanz.

Der Fachhandel steht vor der Herausforderung, viele verschiedene Akkusysteme auf Lager zu haben. Welchen konkreten Vorteil bietet CAS dem Händler in der Logistik und Beratung?

Peter Vullings: Für den Fachhandel bringt CAS vor allem Vereinfachung. Ein 18-Volt-Akku passt systemweit, dadurch sinkt die Komplexität bei Lagerhaltung, Bevorratung und Beratung deutlich. Auch im Verkaufsraum lässt sich das Thema viel klarer präsentieren, wenn mehrere CAS-Marken gemeinsam als System gezeigt werden. Dazu kommt ein wichtiger Vertrauensaspekt: Händler verbinden die Metabo-Technologie mit hoher Leistung, Qualität und Verlässlichkeit. Dahinter stehen rund 40 Jahre Akku-Erfahrung. Das erleichtert Beratung und Verkauf zusätzlich.



Peter Vullings, Metabo CEO und President Strategic Business Unit Koki Holding Europe.



Thomas Zeller, Leiter CAS-Partner-Programm & OEM.

Welche Vorteile hat der Fachhandel denn über die Logistik und Beratung hinaus, beispielsweise in der Kommunikation oder in der Sortimentspolitik?

Thomas Zeller: CAS gibt dem Fachhandel eine gemeinsame Kommunikationsbasis über viele Marken hinweg. Das schafft einen einheitlichen Auftritt und macht die Argumentation gegenüber Kunden deutlich einfacher. Mit inzwischen über 50 Marken und rund 500 Maschinen kann der Handel speziell Zielgruppen wie Holz, Sanitär oder Metall ansprechen und sehr breit und zugleich individuell bedienen. Daraus ergeben sich klare Vorteile in der Sortimentspolitik: Händler können komplette, markenübergreifende Lösungen anbieten und sich damit sichtbar vom Wettbewerb differenzieren.

Die LiHD-Technologie ist das Herz von CAS. Was macht diese Technologie im Vergleich zu anderen Akkutechnologien so leistungsstark und langlebig?

Thomas Zeller: Die Stärke von LiHD basiert auf jahrzehntelanger Akkuerfahrung, eigener Entwicklung und kontrollierter Fertigung. Metabo bringt rund 40 Jahre Erfahrung in diesem Bereich mit und beobachtet neue Zellrends sehr genau. Neue Technologien werden aber nur dann übernommen, wenn sie im Alltag wirklich leistungsfähig, robust und verlässlich sind. Genau dieser Ansatz macht LiHD stark: Nicht jeder Trend wird mitgemacht, sondern nur das, was sich im harten Einsatz bewährt. So entstehen Akkupacks, die hohe Leistung mit Haltbarkeit und Zuverlässigkeit verbinden. Jüngstes Beispiel ist die Entscheidung der Robustheit wegen nicht auf Pouch-Zellen zu gehen, sondern mit den Tabless-Zellen die Leistungsfähigkeit noch einmal weiter nach oben zu treiben. Deshalb heißt diese Technologie LiHDX, die wir bereits 2024 als einer der ersten eingeführt haben.

Der Markt für Akkusysteme ist umkämpft. Was ist die strategische Vision für CAS in den nächsten fünf Jahren? Wo soll die Reise hingehen?

Peter Vullings: CAS soll technologisch führend bleiben und gleichzeitig weiter wachsen – mit mehr Marken, mehr Maschinen und noch größerer Relevanz in den einzelnen Märkten. Entscheidend ist, dass die Zusammenarbeit nicht nur auf Headquarter-Ebene funktioniert, sondern auch in den Ländern sichtbar wird. Genau dort entstehen heute schon gemeinsame Aktivitäten, neue Marktimpulse und zusätzlicher Nutzen für Handel und Anwender. Wir sehen eine enorme Dynamik der Technologieentwicklung. Bei Elektroautos

war man anfangs froh, wenn 100 Kilometer Reichweite möglich waren, heute gelten 800 Kilometer als Maßstab. Genauso rasant entwickelt sich auch die Akkutechnologie im Werkzeugbereich. Je stärker diese Dynamik vor Ort sichtbar wird, desto attraktiver wird CAS auch für neue Partner.



Die Stärke von LiHD basiert auf jahrzehntelanger Akku-Erfahrung, eigener Entwicklung und kontrollierter Fertigung. Metabo bringt rund 40 Jahre Erfahrung in diesem Bereich mit und beobachtet neue Zellrends sehr genau.

Wenn ein Unternehmer heute vor der Entscheidung steht, in ein neues Akkusystem zu investieren – wie würden Sie die wichtigsten Argumente für CAS zusammenfassen?

Peter Vullings: Das wichtigste Argument ist die Verbindung aus führender Akkutechnologie und klarem Fokus. Unternehmen können die Akkuthematik den Spezialisten überlassen und sich selbst auf ihre Werkzeuge, Anwendungen und Kunden konzentrieren. Hinzu kommen die Vorteile des Netzwerks: technologische Synergien, hohe Anwenderorientierung und eine Zusammenarbeit, die von vielen Partnern als flexibel und praxisnah beschrieben wird. CAS liefert damit nicht nur eine Schnittstelle, sondern einen Rahmen, in dem Integration und Wachstum tatsächlich möglich werden.

Wie sehen Sie das Thema CAS Akku-Allianz in der Zukunft und wird es noch weitere Allianzen geben?

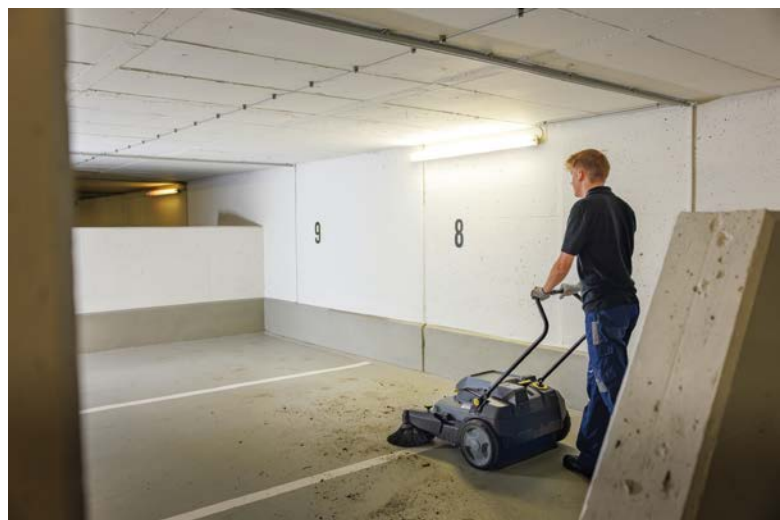
Peter Vullings: Natürlich wird sich der Markt weiter verändern. Die ganz aktuell gegründete 36 Volt Allianz im Garten- und Reinigungssegment zeigt, dass das Thema auch von anderen erkannt und vorangetrieben wird. CAS war die erste Akku-Allianz am Markt und zählt die meisten Partner. Die Nachfrage ist weiterhin ungebrochen, und wir führen Gespräche mit vielen interessanten Marken. Für unsere Anwender arbeiten wir daran, dass weitere starke Marken an Bord kommen, um die Gewerkeabdeckung, aber auch die Verbreitung und Relevanz noch weiter auszubauen. ■

Akkus lassen sich markenübergreifend nutzen, Ladegeräte und Geräte-Management werden deutlich übersichtlicher und der spontane Tausch geladener Akkus wird einfacher.





Die Allpro-Allianz baut auf die Akkutechnologie von Stihl auf.



Profianwendungen im In- und Outdoorbereich stehen im Fokus der Allpro-Allianz.

GEMEINSAME AKKU-ALLIANZ VON KÄRCHER UND STIHL

Ultimativer Standard für den professionellen Sektor

Mit dem Allpro-Akkusystem haben Stihl und Kärcher eine Akku-Allianz für das professionelle Umfeld im Bereich des GaLaBaus, der Forstwirtschaft, der Reinigungstechnik und weiterer Anwendungsbereiche geschaffen. Das Ziel: einen neuen, leistungsfähigen Standard im Profisegment setzen und die Plattform skalieren. Über die Allianz, die Technik und die sich daraus ergebenden Möglichkeiten für den Handel sprachen wir mit Klaus Hirschle, Regional President DACH und Geschäftsführer Alfred Kärcher Vertriebs-GmbH.

ProfiBörse: Wie kam es zur Akku-Allianz zwischen Kärcher und Stihl, und welche Intention steckt dahinter?

Klaus Hirschle: Der Impuls für diese zukunftsweisen Partnerschaft entstand aus einer bemerkenswerten strategischen Parallelität. Unabhängig voneinander suchten sowohl Kärcher als auch Stihl nach Wegen, um ihre jeweiligen professionellen Akku-Plattformen weiter zu skalieren und das enorme Wachstumspotenzial der Akkutechnologie voll auszuschöpfen. Ziel ist, den ultimativen, langfristigen Industriestandard für den professionellen Sektor zu etablieren und proprietäre Insellösungen aufzubrechen. Für gewerbliche Kunden wird die Komplexität im Arbeitsalltag reduziert, sie können ihre Flotten effizienter managen. Die Allpro-Allianz deckt das gesamte Spektrum der täglichen Aufgaben ab: Profis können mit demselben Akkusystem die Motorsäge im Außenbereich oder den Staubsauger im Innenbereich betreiben. Dies führt zu einer deutlichen Optimierung der Gesamtkostenbilanz und bringt im Vergleich zu kabelgebundenen Systemen ein Produktivitätsplus von bis zu 25 Prozent.

Was sprach gegen die Teilnahme an einer bereits bestehenden Akku-Allianz?

Im Consumer-Bereich haben wir bei Kärcher bereits ein sehr erfolgreiches, etabliertes System mit hoher Marktdurchdringung. Für den anspruchsvollen Pro-

fieinsatz, der maximale Leistung im Bereich von 36V bzw. 40V Max benötigt, ist für uns das oberste Ziel, keine Kompromisse bei der Leistungsfähigkeit und der technologischen Qualität einzugehen. Ausgeschlossen sind damit die Notwendigkeit, zwei Akkus parallel im Gerät zu nutzen, vergleichsweise schwere Akkus, die das Gesamtgewicht der Geräte deutlich erhöhen, oder zu lange Ladezeiten. Stihl und Kärcher starten nun eine wegweisende Akku-Allianz, um einen echten, kompromisslosen Profistandard zu setzen.

Was sind die technischen Besonderheiten der Stihl/Kärcher-Akkus?

Das Allpro-Akkusystem teilt sich in zwei Technologieklassen auf: Die Standard-Serie (AP 20.1 und AP 30.1) basiert auf bewährten Standardzellen. Sie bietet

ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis für Kunden, die keine extreme Spitzenleistung benötigen, aber die gewohnte Robustheit erwarten. Sie garantiert bis zu 1.200 Ladezyklen. Bei der Performance-Serie (AP 100 P, AP 200 P, AP 300 P / PC) ist das technologische Herzstück die revolutionäre Tabless-Zellarchitektur. Bei herkömmlichen Zellen wirken kleine Metallaschen („Tabs“) als Stromengpässe und erzeugen Hitze. Bei den Tabless-Zellen fließt die Energie ungehindert über die gesamte Oberfläche der Zelle. Das Prinzip gleicht einer weiten Flaschenöffnung, durch die Energie viel schneller hinein- und herausfließen kann. Hier können sich Kunden über 3.000 Ladezyklen ohne Leistungseinbußen freuen – das ist das Doppelte bis Sechsfache des aktuellen Branchenstandards.

Was wird aus dem bestehenden System von Kärcher, das ja auch spezifische Vorteile aufgewiesen hat?

Für Kärcher-Kunden stellt Allpro eine gänzlich neue Plattform dar. Die bisherige Battery Power+ -Plattform wird sukzessive abgelöst. Kärcher wird ab Januar 2027 seine professionellen Reinigungsgeräte schrittweise auf das Allpro-System umstellen, lässt aber dabei seine Bestandskunden jedoch keineswegs im Regen stehen: Um das Vertrauen und die getätigten Investitionen der



Klaus Hirschle, Regional President DACH und Geschäftsführer Alfred Kärcher Vertriebs-GmbH.

Kunden abzusichern, garantiert das Unternehmen proaktiv einen mindestens 10-jährigen, vollumfänglichen Support. Das bedeutet, dass Service, Ersatzteile sowie Ersatzakkus für die bisherige Battery Power+ -Plattform über ein Jahrzehnt hinweg verfügbar bleiben.

Besteht Rückwärtskompatibilität zu bestehenden Geräten und Systemen?

Hier muss zwischen den beiden Partnern differenziert werden: Das Allpro-System ist vollkommen abwärtskompatibel zum weit verbreiteten Stihl AP-System. Stihl Kunden können somit ihre vorhandenen AP-Akkus vollumfänglich und ohne Einschränkungen nutzen. Sehr attraktiv für die Kunden: Vorhandene AP-Akkus können auch vollumfänglich mit den neuen Kärcher-Akkugeräten verwendet werden. Aus strengen technischen und sicherheitsrelevanten Gründen sind die Kärcher Battery Power+ -Plattform und das neue Allpro-System nicht miteinander kompatibel, weshalb Kärcher den oben erwähnten 10-Jahres-Support für dieses System bereitstellt.

Wie wird die Allianz in Richtung Handel und in Richtung Anwender kommuniziert?

Die Kommunikation fokussiert klar auf den massiven Effizienz-, Logistik- und Wirtschaftlichkeitsvorteil. Für Anwender wird Komplexität reduziert, sie können mit nur einem einzigen Akkusystem das gesamte Spektrum der täglichen Garten-, Forst- und Reinigungsaufgaben abdecken. Für gewerbliche Anwender ist beispielsweise auch das ausgereifte Lade- und Energiemanagement ein

Auch die professionelle Reinigungstechnik von Kärcher wird mit der neuen Akkutechnologie ausgestattet.

wichtiger Faktor. Darüber hinaus sticht die enorme Sortimentsbreite der Plattform heraus. Fachhändler können ihren Kunden nun ein extrem attraktives, systemübergreifendes Ökosystem anbieten.

Gibt es bereits erste Rückmeldungen aus dem Handel darauf, dass einzelne Vertriebslinien nun ggf. eine dritte Allianz führen sollen?

Der Fachhandel reagiert sehr positiv auf die Sortimentsbreite und das enorme Potenzial der neuen Plattform. Dass für manche Vertriebslinien damit eine weitere Allianz einzieht, wird nicht als Belastung, sondern als große Chance zur Förderung des Plattform-Wettbewerbs gesehen. Besonders bei öffentlichen Ausschreibungen – etwa von Kommunen oder Wohnungsbaugesellschaften, die eine vollständige Pflege aus einer Hand fordern – bietet das Allpro-System dem Handel ein schlagkräftiges Argument. Händler können nun ein Paket anbieten, das sowohl die Landschaftspflege als auch die Reinigung unter einem einheitlichen Akkusystem vereint.



Die Basis der Allianz von Stihl und Kärcher: die Allpro-Akkus. (Fotos: Kärcher)

Ist generell eine engere Zusammenarbeit der beiden Marken Stihl und Kärcher geplant?

Beide Unternehmen agieren als eigenständige, unabhängige Wettbewerber auf dem Markt, strukturelle Verflechtungen oder eine vertriebliche Zusammenarbeit finden nicht statt. Jedes Unternehmen nutzt seine eigenen Vertriebskanäle und Strategien. Trotz dieser engen Kooperation bleiben beide Traditionsunternehmen zu 100 Prozent unabhängig.

Wird das System um weitere Marken ausgebaut – und in welchen Produktsegmenten finden sich potenzielle Partner?

Ja, das System ist explizit als offene Allianz konzipiert. Ergänzend zu Stihl und Kärcher nutzen bereits einige weitere Spezialhersteller und Kooperationspartner den Allpro-Akku in ihren Geräten, darunter Hersteller von Forstwinden oder mobilen Tankstellensystemen. Durch diese strategische Erweiterung haben professionelle Anwender aus dem GalaBau, der Forst- und Bauwirtschaft, dem Facility Management sowie von Hilfsorganisationen bereits zum Start Zugriff auf ein System von mehr als 120 kompatiblen Geräten. Die neuen Allpro-Akkus sind im Stihl-Fachhandel ab dem 1. August 2026 erhältlich; bei Kärcher erfolgt der offizielle Marktstart für die neuen Geräte und Akkus zum 1. Januar 2027. ■



Kabellos, kraftvoll und effizienter

Akkunagler etablieren sich zunehmend. Die BeA Group, einer der europaweit marktführenden Hersteller von Befestigungstechnik für Holz und holzähnliche Werkstoffe, hat beim neuen KMR Akkunagler Bewährtes weiterentwickelt, ist aber auch neue Wege gegangen.



Der neue KMR Akku-Nagler BN HiPower: kabellos, kraftvoller und effizienter. (Foto: BeA Group)

Die BeA Group hat für den KMR BN HiPower eine Luftfedertechnologie mit integriertem Kompressor entwickelt. Mit diesem integrierten Kompressor wird der Druck der Luftfeder variabel eingestellt. Dadurch arbeitet der KMR BN HiPower, anders als herkömmliche Akkunagler, in vier Leistungsstufen. Dies ermöglicht das kraftvolle Eintreiben von Streifennägeln von 50 bis 100 mm Länge bei einem optimalem Energieeinsatz.

Damit akkubetriebene Nagler die notwendige Eintreibenergie abgeben, wird die Luft in einer Kammer gespeichert. Druckverluste, wie sie durch lange Lagerzeiten oder intensive Nutzung bei herkömmlichen Akkunaglern entstehen können, werden beim BN HiPower durch den Kompressor ausgeglichen. Der interne Kompressor befüllt die Luftfeder selbstständig. Damit ist der KMR BN HiPower immer betriebsbereit und bietet konstant die maximale Eintreibenergie – ohne Wartungsaufwand.

Am integrierten Display werden die vier Leistungsstufen für kurze, mittellange, lange Nägel und eine Stufe mit besonders hoher Eintreibenergie in Holz mit hoher Dichte dargestellt und per Druckknopf ausgewählt.



Das Herzstück jedes Tour-Stopps: Der Bosch PRO Tour Truck mit einer Länge von 18,5 Metern bei erweiterter Konfiguration. (Fotos: Bosch)

BOSCH PRO TOUR 2026

Erlebnisformat für das Handwerk

Mit zwei spektakulären Showtrucks, interaktiven Teststationen und einem umfassenden Rahmenprogramm bringt Bosch Professional die Welt der Elektrowerkzeuge direkt vor die Tür des Fachhandels. Die PRO Tour 2026 ist mehr als eine Roadshow – sie bietet ein echtes Erlebnis für Handwerksprofis.

Wer kennt das nicht: Neue Produkte und Innovationen lassen sich am besten in der Praxis erleben, nicht im Katalog oder im Online-Shop. Genau hier setzt Bosch Professional mit der PRO Tour an: Zwei Showfahrzeuge touren unter dem Motto #TurnUsersIntoFans durch ganz Europa und machen dabei an insgesamt rund 25 Standorten halt.

TRUCKS, DIE MASSSTÄBE SETZEN

Das Herzstück jedes Tour-Stopps ist jeweils einer der beiden vollausgestatteten Ausstellungstrucks, die in ihrer erweiterten Konfiguration 18,50 Meter Länge aufweisen. Mit einer klimatisierten Ausstellungsfläche von rund 65 Quadratmetern, automatischer Glastür und sprachneutralem Branding sind sie darauf ausgelegt, überall in Europa professionell aufzutreten – ohne Sprach- oder Ländergrenzen.

Im Inneren erwartet die Besucher das vollständige Bosch Professional Ökosystem: vom bewährten Professional 18V System über Gartengeräte und AmpShare-Akkuplattform bis hin zu Messtechnik, Handwerkzeug und Zubehör. Neueste Innovationen werden erstmals live und zum Anfassen präsentiert. Bosch-Experten stehen direkt vor Ort für Beratung und Schulungen zur Verfügung.

Ganzheitliches Erlebnis für Handwerksprofis:
Neben dem Showtruck bieten mehrere
Outdoor-Stationen besondere Angebote.

MEHR ALS NUR PRODUKTPRÄSENTATION

Die PRO Tour versteht sich als ganzheitliches Interaktionsformat für professionelle Anwender. Neben den Showtrucks sorgen mehrere Outdoor-Stationen für praktischen Mehrwert. An einer Station beispielsweise können Besucher die Geräte der neuen Top-Leistungsklasse Expert testen. Zudem gibt es spezifische Angebote für einzelne Gewerke – darunter schwere Anwendungen und robuste Lösungen für Beton und Stahl. Ergänzt wird das Programm durch einen Foodtruck für Networking und Austausch sowie Informationen zu aktuellen Aktionen und Give-aways.

STARKER PARTNER FÜR DEN FACHHANDEL

Auch für teilnehmende Händler bietet die PRO Tour echten Mehrwert. Bosch Professional unterstützt jeden Tourauftritt mit einer 360°-Marketingkampagne, die Online- und Offline-Kanäle wirkungsvoll miteinander verknüpft. Händler erhalten einsatzbereite Marketing-Assets für jeden Kanal. Die PRO Tour schafft für sie mehr Sichtbarkeit im lokalen Markt, höhere Besucher-



zahlen und stärkere Kundenbindung durch den direkten, persönlichen Kontakt auf dem eigenen Gelände.

BEGEISTERUNG SCHAFFEN

Die Bosch PRO Tour 2026 zeigt, wie moderne Kommunikation im Handwerk aussehen kann: nah am Anwender, erlebnisorientiert und klar auf den Mehrwert des Fachhandels ausgerichtet. Davon können sich Interessierte an den Anwendungsstationen selbst überzeugen und erleben, wie auch der härteste Job mit den richtigen Werkzeugen gemeistert werden kann. ■

Die Bosch PRO Tour in Zahlen

- 2 Trucks
- 200 m² Bosch Professional Welt
- mehr als 800 Werkzeuge
- 180 Einsatztage
- 25 Standorte
- mehr als 65.000 Besucher

Rundum-Paket: Auch für das leibliche Wohl ist gesorgt.



Alle Tourstationen im Überblick gibt es online auf bosch-professional.com.

MILWAUKEE AKKUSYSTEME

Überzeugende Vorteile für alle

Ob Akkuschrauber, Winkelschleifer oder Bohrhammer und neuerdings auch Rasenmäher oder Heckschere – wer einmal ein Werkzeug der Marke Milwaukee in die Hand genommen hat, gibt es nicht so schnell wieder her. Über 480 verschiedene Tools umfasst das Portfolio von Milwaukee auf den Akkuplattformen M12, M18 und MX Fuel. Die Unternehmensgruppe Techtronic Industries (TTI), zu der Milwaukee gehört, ist mit über 48.000 Mitarbeitern und einem Umsatz von 15,3 Milliarden USD (2025) der zweitgrößte Hersteller von Elektrowerkzeugen weltweit.

Milwaukee hat die Einführung der Lithium-Ionen-Technologie in Elektrowerkzeugen maßgeblich bestimmt und vorangetrieben. Bereits 2008 hat Milwaukee die ersten Lithium-Ionen-Akkus in professionellen 18 V Akku-Werkzeugen eingesetzt. Und bis heute sind alle Akkus und Werkzeuge auf der M18-Plattform kompatibel. Das bedeutet, vorhandene ältere Tools können mit aktuellen Akkus betrieben werden und umgekehrt.

TECHNOLOGIE FÜR PROFESSIONELLE ANWENDER

Kontinuierlich wird die Lithium-Ionen-Akkutechnologie von Milwaukee weiterentwickelt. Bereits 2012 kamen bei Milwaukee erstmals bürstenlose Motoren in Akkuwerkzeugen zum Einsatz. Seit 2016 gibt es mit One Key ein digitales Werkzeugsystem, das eine neue Ebene der Vernetzung von Anwender und Werkzeug bietet. Bereits 2018 wurden die ersten Milwaukee Akkuwerkzeuge auf der M18-Plattform vorgestellt, die über mehr als 2.000 Watt Leistung verfügen.

Während 18 Volt-Geräte zunehmend kabelgebundene Technik ablösen, geht es bei 12 Volt um beste Handhabung bei niedrigem Gewicht und um die Möglichkeit, eine komfortable Alternative zum Handwerkzeug zu bieten. Mit MX Fuel bietet Milwaukee zudem eine Akkuplattform mit alternativen Lösungen zu benzinbetriebenen Geräten. Das alles ohne Emissionen, Lärm, Vibrationen, Stolpergefahren und den Frustrationen, die mit der komplexen Wartung von Verbrennertechnik verbunden sind.

FOKUS AUF DAS EIGENE SYSTEM

Auf die Frage nach einer Kooperation mit anderen Herstellern auf einer gemeinsamen Akkuplattform gibt Stefan Schütz, Geschäftsführer TTI Central Europe

GmbH: Akku-Allianzen sind für Milwaukee kein Thema. (Fotos: Milwaukee)



Das M18-Akkusystem vereint starke Leistung mit Ergonomie und bietet mit über 325 aktuellen Tools eine enorme Anwendungsvielfalt.

Das M12-Akkusystem bietet branchenführende Langlebigkeit und Leistung in einer kompakten Größe. Über 125 gewerbespezifische Lösungen machen diese Serie zum größten kompakten Akku-Werkzeugsystem auf dem Markt.

GmbH eine deutliche Antwort: „Milwaukee baut seine eigenen Akkuplattformen weiter aus. Das Know-how bei der Akkutechnologie im Mutterkonzern Techtronic Industries ist ein klarer Wettbewerbsvorteil.“

Die Konzentration auf das Milwaukee Akkusystem bietet Vorteile auch für Händler. Denn Milwaukee ist eine der wenigen Marken mit einem sehr klaren und eindeutigen Bekenntnis zum Fachhandel. Mit selektivem Vertriebsansatz sichert Milwaukee engagierten Händlern einzigartige Exklusivität, breite Unterstützung und attraktive Margen. Das gilt nicht nur für Elektrowerkzeuge. Längst hat sich Milwaukee zu einem Systemanbieter mit professionellen Lösungen für Handwerk und Industrie entwickelt.

Über 3.000 Zubehörlösungen, mehr als 1.000 Handwerkzeuge, Aufbewahrungs- und Transportlö-



sungen, ein PSA-Sortiment und ein Gartengeräteprogramm sprechen eine deutliche Sprache. Stefan Schütz betont: „Allen Sortimenten gemeinsam ist: Sie richten sich explizit an professionelle Anwender und werden exklusiv über den qualifizierten Fachhandel vertrieben.“

STANLEY BLACK & DECKER SCHÄRFT DEN FOKUS AUF DEN FACHHANDEL

Von der Produktfokussierung zu ganzheitlicher Zusammenarbeit

Die Veranstaltung mit rund 200 Händlern im Mai im Signal Iduna Park in Dortmund war die Initialzündung: Stanley Black & Decker richtet seine Marktbearbeitung noch konsequenter auf konkrete Gewerke, Anwendungen und die enge Zusammenarbeit mit dem Fachhandel aus. Dafür wurden im Unternehmen auch organisatorische Veränderungen durchgeführt und Personal aufgebaut. Über die Strategie und die beabsichtigten Aktivitäten und unterstützenden Maßnahmen für den Handel sprachen wir mit Stanley Black & Decker-Geschäftsführer Jürgen Titz.

ProfiBörse: Sie haben im Mai eine große Veranstaltung mit Fachhändlerinnen und Fachhändlern durchgeführt, was war die Intention dieser Veranstaltung?

Jürgen Titz: Das Event im Signal Iduna Park war für uns die perfekte Bühne, um dem Fachhandel unsere neue Ausrichtung zu zeigen. Unsere Haltung ist klar: Wir wollen auf allen Ebenen näher ran. An den Markt, an den Profianwender und an die Bedürfnisse unserer Partner. Dass unsere Produkte schon immer stark sind, haben uns die Händler vor Ort selbst bestätigt. Der eigentliche Hebel liegt aber darin, diese Stärke gemeinsam mit dem Handel und den Anwendern noch besser herauszuarbeiten. Mit klaren Lösungen, neuen Impulsen und gezielten Investitionen, die im Alltag wirklich helfen. Genau das steckt hinter unserem Motto für dieses Event: „Erfolg im Wir und jetzt. Gemeinsam.“

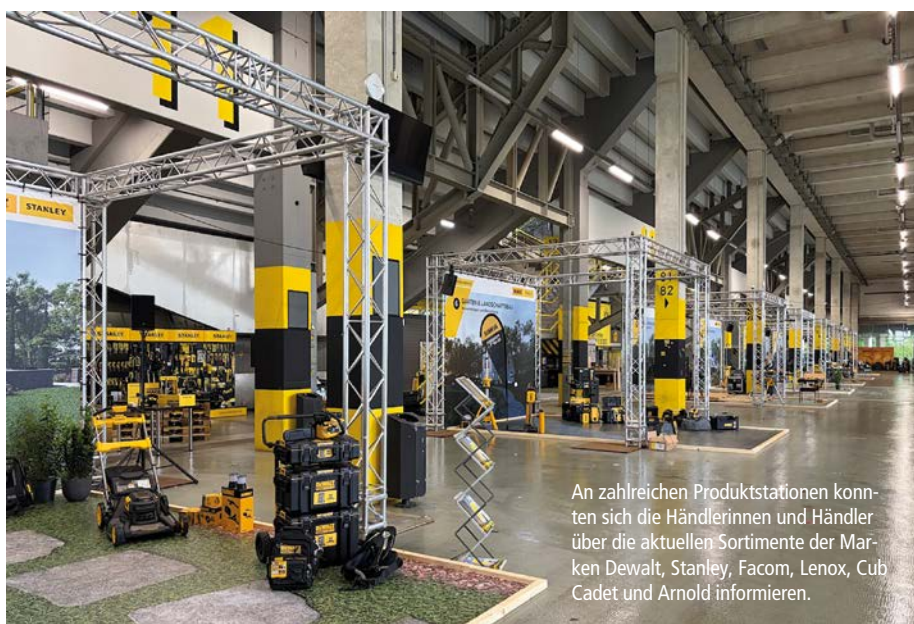
Welche Maßnahmen zur intensiveren Zusammenarbeit mit dem Fachhandel wollen Sie insgesamt konkret umsetzen?

Für uns ist das ein ganzes Paket. Wir möchten die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel auf allen Ebenen intensivieren. Kern ist der Wechsel von reiner Produktfokussierung hin zu echter, ganzheitlicher Zusammenarbeit: Wir liefern mehr als gute Produkte. Wir liefern Lösungen, die dem Profianwender jeden Tag helfen, seinen Job zu machen. Und wenn die Anwender zufrieden sind, dann hilft das auch dem Fachhandel. So schaffen wir echte Nachfrage, gute Umsätze und nachhaltige Margen.

Nähe ist hier ganz klar der Schlüssel. Wir hören zu und sind vor Ort präsent. Wir investieren in mehr Kolleginnen und Kollegen im Markt, auf Baustellen und natürlich für den Fachhandel. Neben den klassischen Account-Managern setzen wir auf Anwendungsexperten, die eng mit Händlern und deren Kunden zusammenarbeiten und die Produkte auch live vorführen. Zusätzlich bauen wir auch Key-Account- und Business-Development-Teams noch weiter aus. Eine optimale Betreuung liegt uns hier wirklich am Herzen.

Wird es eine Veränderung bei den Vertriebskanälen bei der Marke Dewalt geben, d.h.: Ist/wird Dewalt eine 100-prozentige Fachhandelsmarke?

Dewalt weist zweifelsfrei eine starke Fachhandelsfokussierung auf. Gleichzeitig ist die Realität im Markt



An zahlreichen Produktstationen konnten sich die Händlerinnen und Händler über die aktuellen Sortimente der Marken Dewalt, Stanley, Facom, Lenox, Cub Cadet und Arnold informieren.

differenzierter, als es ein reiner Entweder-oder-Ansatz abbilden könnte: Ein mono-channel Vertriebsansatz ist auch für Dewalt nicht darstellbar. Der Fachhandel ist und bleibt für uns jedoch der wichtigste Vertriebskanal. Das liegt vor allem daran, dass Dewalt konsequent auf den Profianwender ausgerichtet ist — und dieses Profil werden wir künftig weiter schärfen.

Gerade bei erklärungsbedürftigen Produkten und komplexen Serviceanforderungen kommt es auf qualifizierte Beratung und einen professionellen Vertrieb an. Hierfür ist der Fachhandel hervorragend positioniert. Zugleich sehen wir, dass auch das Kaufverhalten professioneller Anwender nicht homogen ist, sondern je nach Einsatzbereich, Beschaffungsprozess und konkreter Bedarfssituation unterschiedlich ausfällt. Vor diesem Hintergrund setzen wir auf einen ausgewogenen Vertriebsansatz, in dem der Fachhandel klar im Zentrum steht.

Wie werden denn die einzelnen Konzernmarken positioniert, womit kann und soll der Fachhandel zukünftig arbeiten?

Unser Sortiment ist konsequent gewerkspezifisch, mit klarer Rollenverteilung: Dewalt führt bei Elektrowerkzeugen für Profis, Stanley steht für Präzision und Robustheit bei Handwerkzeugen und hat mit V20 auch ein

starkes Akku-System, Facom bedient den High-End-Bereich in Industrie und Automotive, Lenox liefert Zubehör für härteste Einsätze, Cub Cadet und Arnold sind die Outdoor-Spezialisten — etwa bei Aufsitzmähern und Ersatzteilen. Für den Handel heißt das: keine Einzelprodukte, sondern abgestimmte Sortimente. Beim Trockenbau, bei Hoch- und Tiefbau, bei der Zimmerei und vielen weiteren Gewerken können Händler auf perfekt kombinierte Dewalt- und Stanley-Lösungen zurückgreifen, unterstützt durch Profi-Broschüren und unsere Außendienst-Teams. Das Ziel ist immer, den Fachhandel optimal zu unterstützen.

Warum wurde die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel in den letzten Jahren nicht fokussiert — welches Konzept wurde da verfolgt?

Der Fachhandel war für uns schon immer eine tragende Säule. Rückblickend haben wir unseren Partnern dieses Gefühl aber nicht immer ausreichend vermittelt, sind in manchen Bereichen zu zurückhaltend gewesen. Statt punktuell Verkauf einzelner Produkte zählt heute der ganzheitliche Blick auf den Markt: mehr Nähe zu Partnern und Endkunden, schnelleres Umsetzen von Feedback. Unser Grundsatz: Erfolg entsteht nur durch echte Partnerschaft auf Augenhöhe und ein echtes gegenseitiges Verständnis.

Stanley Black & Decker-Geschäftsführer Jürgen Titz während der Veranstaltung in Dortmund.

Hat sich organisatorisch im Konzern etwas verändert, um die strategische Neuausrichtung tragfähig zu machen?

Ja, hier hat sich viel verändert. Seit anderthalb Jahren arbeiten wir konsequent daran, unsere geschärfte Strategie im Markt umzusetzen. Zentral ist dabei die engere Verzahnung von Vertrieb und Marketing. Wir arbeiten hier wirklich Hand in Hand. Und zwar intern und auch gemeinsam mit unseren Handelspartnern. So entstehen maßgeschneiderte Kampagnen, die exakt auf den jeweiligen Standort zugeschnitten sind.

Dabei kommt es vor allem auf unser Team an: Mit mehr Personal wollen wir unsere Präsenz vor Ort verstärken. Und zwar direkt bei den Händlern und deren Kunden. Flankiert wird das durch gezielte Investitionen in die Markenbekanntheit, etwa durch unser Sport-Sponsoring. Unser Ziel ist es, mehr Vertrauen in Qualität und Leistung zu schaffen und den Handel so beim Abverkauf spürbar zu stärken.

Wie sahen die Marktanteile im Profibereich bzw. im Fachhandel für Dewalt (und die anderen Konzernmarken) vor fünf Jahren aus, wo stehen Sie heute und wie sehen die Anteile in fünf Jahren aus?

Es ist kein Geheimnis: Wir waren vor einigen Jahren noch stärker im Markt vertreten. Einige Anteile haben sich aber nicht so entwickelt, wie wir uns das gewünscht hätten. Für uns war das ein klares Signal, etwas zu ändern. Und die Maßnahmen zeigen bereits Wirkung: Laut aktuellem Marktspiegel (Markt intern Leistungsspiegel Elektrowerkzeuge 2025) haben wir uns von den hinteren Plätzen auf Platz zwei vorgearbeitet, in einigen Kategorien sogar auf Platz eins. Darauf sind wir sehr stolz, die Richtung stimmt. Wir werden darauf aufbauen und unsere Position mit klaren Zielen in den nächsten Jahren weiter stärken.

Sie wollen mit Dewalt nicht nur näher zu den Handelskunden, sondern auch näher an die Anwenderinnen und Anwender, was planen Sie hier?



Direkter Kontakt zum Anwender ist entscheidend, er arbeitet schließlich täglich mit unseren Produkten. Unsere Anwendungstechniker gehen dorthin, wo gearbeitet wird, zeigen live, was die Werkzeuge leisten und wie man sie optimal nutzt. So schaffen wir Vertrauen.

Parallel stärken wir durch unsere Account-Manager und Business-Development-Teams den Handel, damit auch er unsere Produkte optimal versteht und verkauft. Denn wenn der Handel nicht hinter uns und unseren Produkten steht, dann bringt auch die Nachfrage durch den Endkunden nichts. Der Fachhandel muss optimal beraten können, da unterstützen wir, wo es geht.

Um die Nachfrage zu stärken, investieren wir massiv in die Markenbekanntheit. Wir arbeiten hier an vielen gezielten Initiativen und Kampagnen und verstärken zusätzlich auch unsere Präsenz vor Ort. Wir sorgen auf allen Ebenen dafür, dass Profianwender unsere Marken kennen und schätzen, um dem Fachhandel so viele Kunden wie möglich ins Haus zu bringen.

Auf welche Kampagnen für die Verkaufsunterstützung kann sich der Fachhandel bis zum Jahresende freuen?

Im zweiten Halbjahr setzen wir gezielt auf abgestimmte Aktionen. Wir denken Sell-in und Sell-out konsequent zusammen, um nicht nur die Bestellung beim Handel zu unterstützen, sondern auch aktiv den Rausverkauf an die Profi-Anwender. Ein Highlight ist unsere



Die gute Stimmung im Dortmunder Stadion soll sich weiter fortsetzen in den Markt: Stanley Black & Decker will näher an die Handelspartner sowie an die Anwenderinnen und Anwender heranrücken. (Fotos: SBD)

aktuelle Dewalt-Aktion: Wer für mindestens 299 Euro einkauft, erhält einen 5,0 Ah XR Akku kostenlos direkt nach Hause geliefert. Ein starkes Signal für unsere Handelspartner und deren Kunden.

Im Herbst stellen wir spannende Produktneuheiten vor. Im Zentrum steht dabei unsere „Perform & Protect“-Reihe, die um innovative Produkte wie ein neues Multi-Tool erweitert wird. Anwendersicherheit hat dabei für uns oberste Priorität. Wir entwickeln nicht nur leistungsstarke, sondern auch durchdachte Werkzeuge, die im Arbeitsalltag wirklich den Unterschied machen.

Wir verdoppeln außerdem unser Engagement bei den beliebten „Tough Days“. Hier sind unsere Spezialisten direkt vor Ort, beraten persönlich, führen Produkte live vor und schaffen durch attraktive Angebote echte Kaufanreize. Für uns sind die „Tough Days“ mehr als Verkaufsveranstaltungen. Sie sind der direkte Beweis unserer Nähe zum Fachhandel und zu den Anwendern. Ein klares Bekenntnis dazu, gemeinsam mit unseren Partnern erfolgreich zu sein. ■

Universell, präzise und kabellos



Die neue Mafell Nutfräse NFU 50-18 ist der Allrounder für Fräsarbeiten im Holzbau. (Foto: Mafell)

Die neue Mafell Akkunutfräse NFU 50-18 ist der universelle Allrounder für handgeführte Fräsungen im Holzbau. Diese bietet die vergleichbare Leistung wie die bekannte NFU 50.

Wie bei der bekannten Kapp-Schienensäge ist die Nutfräse mit dem Führungssystem verbunden. Dies ermöglicht beim Erstellen von Quernuten bis 45 mm Tiefe und 60 mm Breite eine bislang nicht erreichte Schnelligkeit und Präzision: ansetzen, fräsen – und fertig. Gelöst von der Schiene, lassen sich frei Hand oder mit den Führungsschienen Längsnuten und Kerven fräsen. Der Motor garantiert mit Drehzahlen bis 7.100 U/min den Mafell-typischen starken Durchzug auch bei Längsfräsungen.

Mit durchdachten Lösungen wie Verstellnutter, Frästiefenfixierung, Tiefeneinstellung und dem Positionszeiger lassen sich schnell und sehr präzise Nuten fräsen. Ergänzend zum werkseitig montierten Fräskopf werden als Mafell Original Werkzeuge weitere Fräsköpfe und Verstellnutter angeboten.

Ein besonderes Augenmerk liegt auf der Sicherheit. Der Fräser ist komplett durch die Schutzhaube aus glasfaserverstärktem Kunststoff geschützt, die beim Ansetzen an das Werkstück selbsttätig zurückschlägt. Die elektronische Bremse stoppt innerhalb von 2 s verschleißfrei die Fräse.



Markus Kollinger zeigt wie der Umgang mit dem TruTool TKA 700 geht: Schutzbrille auf, Handschuhe an, Kantenfräser 180 einschalten. Und schon geht's los! (Fotos: Trumpf)

Nachdem alle scharfen Blechkanten mit dem Kantenfräser verrundet waren, verschweißten die Mitarbeiter von Kollinger die einzelnen Aluplatten mit Bolzen – in streng vorgegebener Reihenfolge.



TRUMPF KANTENFRÄSER IN DER PRAXIS

Werkzeug amortisiert sich an einem Nachmittag

Aus acht Millimeter starken Blechen kann vieles entstehen: Unterbodenschutz von Fahrzeugen, Deckaufbauten bei Schiffen, stabile Gehäuse oder ein Kunstwerk wie das sogenannte „Scheibenpferd“. Letzteres hat die Firma Kollinger im schwäbischen Elchingen hergestellt. Um eine gleichmäßige Verrundung der wasserstrahlgeschnittenen Blechkanten zu erreichen, setzte das Unternehmen den leistungsstarken Kantenfräser TruTool TKA 700 von Trumpf ein.

Wenn die Kunstgießerei Kollinger GmbH, Elchingen, Materialien in Form bringt, kann das Unterschiedliches bedeuten. Denn das Unternehmen stellt sowohl technische Prototypen und Kleinserien für die Automobilindustrie, die Fluidtechnik und den allgemeinen Maschinenbau her, als auch Kunstwerke, die Aufsehen erregen. Im

Kern geht es aber immer um das Gleiche: die Gedanken des Entwicklers bzw. die Vision des Künstlers zu verstehen und entsprechend umzusetzen. Für Geschäftsführer Markus Kollinger eine Selbstverständlichkeit: „Wir sind immer ganz eng mit unseren Kunden in Kontakt – von der Idee bis zur finalen Fertigstellung.“

Die Idee zu einem im Frühjahr 2026 von Kollinger umgesetzten Projekt entstand im Rathaus der „Pferdestadt“ Ellwangen. Dort wurden bereits im Jahr 2000 rund 60 bunte Pferdeskulpturen ausgestellt, von denen einige noch immer zu finden sind. Mit dem aus 83 Aluminiumblechen gefertigten, 1,70 m großen Schei-

Höchstleistung ohne Kabel

Neu im CAS-Sortiment der Jepson Power GmbH ist die SHDC 8320E – die größte mobile Akkuhandkreissäge für Metall und Sandwichpaneele auf Führungsschiene.

Aufbauend auf dem bewährten kabelgebundenen Modell SHDC 8320 vereint sie maximale Bewegungsfreiheit mit unveränderter Leistung – ideal für Montage, Service oder Baustelleneinsätze. Mit einem Gewicht von 8,7 kg, geschlossener Bauweise und integriertem Spanauffangbehälter sorgt sie für maximale Anwendersicherheit. Die Schnitttiefe von bis zu 120 mm ermöglicht die Bearbeitung von Stahl, Edelstahl, Aluminium, NE-Metallen, Verbundstoffen und insbesondere Sandwichpaneelen. Das speziell entwickelte ultradünne Sägeblatt (Ø 320 x 1,8 mm) garantiert höchste Präzision, lange Akkulaufzeiten und eine konstant hohe Leistung – ein Merkmal, das auf dem Markt seinesgleichen sucht.

Für 2026 ist bei Jepson darüber hinaus die 18V-Akku-Magnetbohrmaschine MagPro 40E geplant. Kompakt (345 x 170 x 230 mm) und leicht (11,5 kg) ermöglicht sie Kernbohrungen bis Ø 40 mm, Vollbohrungen bis Ø 18 mm sowie Gewindeschneiden bis M16. Die Maschine ist mit einem integrierten, automatischen Kühlsystem sowie einem leistungsstarken, umkehrbaren Motor mit elektronischer Geschwindigkeitssteuerung ausgestattet.



Neu im CAS-Sortiment der Jepson Power GmbH ist die SHDC 8320E – die größte mobile Akkuhandkreissäge für Metall und Sandwichpaneele auf Führungsschiene. (Foto: Jepson Power GmbH)

benpferd gibt es seit dem 24. April 2026 (Eröffnung der Landesgartenschau in Ellwangen) eine besonders außergewöhnliche Skulptur mehr auf dem Kirchplatz.

ENGES ZEITFENSTER FÜR DIE UMSETZUNG

Eine große Herausforderung beim Auftrag lag in dem sehr knapp bemessene Termin. Kollinger: „Wir hatten vom Auftragseingang bis zur finalen Abgabe des Scheibenpferdes lediglich sechs Wochen Zeit.“ Ein gut koordinierter und reibungsloser Ablauf war dementsprechend unabdingbar.

Nachdem die 3D-Modellierung und die statischen Berechnungen abgeschlossen waren, beauftragte Kollinger ein Partnerunternehmen mit dem Zuschneiden der 83 einzelnen Aluminiumplatten via Wasserstrahl – ein relativ preiswertes Verfahren mit ausreichender Präzision. Bevor es an das koordinierte Verschweißen der einzelnen Platten mit angefasten Bolzen, das Feinschleifen und Lackieren ging, galt es noch, die scharfen Kanten der Bleche mit einem vorgegebenen Radius von drei Millimetern abzurunden.

Erste Überlegungen gingen in Richtung Bandschleifer oder Winkelschleifer mit Radienschablone. Da es sich hierbei jedoch um eine Arbeit handelt, die große Auswirkungen auf die Optik hat und zudem nicht viel Zeit kosten darf, wurden diese Gedanken schnell wieder verworfen.

DIE INVESTITION HAT SICH ALLEIN MIT DIESEM AUFTRAG GERECHNET

Zum Glück hatte der Gersthofener Werkzeughändler Eduard Lutz für Markus Kollinger mit dem Kantenfräser TruTool TKA 700 von Trumpf einen Tipp parat, den der Ingenieur auch im Nachhinein als genial bezeichnet: „Mit diesem Werkzeug zu arbeiten, hat mir und meinem Mitarbeiter Andreas Huber unglaublich Spaß gemacht. Die richtige Radius-Wendeplatte eingesetzt, die Schutzbrille auf, die Handschuhe an, und schon ging's los. Das Schönste dabei, wir waren extrem produktiv. Für die rund 500 Meter Kantenlänge an den 83 Alublechen haben wir nur einen Nachmittag gebraucht – inklusive Ein- und Ausspannen. Ich will gar nicht daran denken, wie lange wir mit einem Winkel-



schleifer gebraucht hätten, um eine halb so gute Qualität zu erreichen. Von dem unangenehmen Schleifstaub ganz zu schweigen. Alles in allem hat sich die Investition in den Trumpf Kantenfräser für uns allein mit diesem Einsatz bereits amortisiert.“

Entscheidend für die gute Qualität und Handhabung des TruTool TKA 700 sind mehrere Eigenschaften. Das Werkzeug verfügt über einen leistungsstarken Motor, der eine Arbeitsgeschwindigkeit von bis zu 4 m/min ermöglicht und ist so konstruiert, dass er nicht nur effizient, sondern auch ergonomisch zu bedienen ist. Philipp Herwerth, Vertriebsleiter Deutschland für Elektrowerkzeuge bei Trumpf, erläutert dazu: „Die Griffform, das geringe Maschinengewicht von lediglich 3,9 kg und die ausgewogene Schwerpunktverteilung sorgen für eine ruhige und angenehme Maschinenführung – auch bei längeren Einsatzzeiten.“

Das bestätigt auch Andreas Huber, der zudem hervorhebt, dass er sich beim Arbeiten stets in einer guten Distanz zum Werkstück befindet. Hilfreich sei darüber hinaus, dass der Trumpf Kantenfräser selbst bei engen Kurven von lediglich 18 mm saubere Verrundungen erzeugt. Insofern musste Facharbeiter Huber nur ganz selten auf alternative Methoden zurückgreifen.

KANTENFRÄSER AUCH BEI PARTNERUNTERNEHMEN IM EINSATZ

Markus Kollinger ist überzeugt, sein TruTool TKA 700 für verschiedene weitere Aufträge verwenden zu können: „Wir produzieren neben Gussteilen auch immer öfter Technikprodukte wie beispielsweise Gehäuse sowie andere Einzelteile für Prüfstände und ähnli-

Markus Kollinger, Geschäftsführer der Kunstgießerei Kollinger GmbH, zeigt sich mit dem Ergebnis des Gesamtkunstwerks ebenso zufrieden wie mit dem Einsatz des Trumpf Kantenfräses TruTool TKA 700: „Die Investition in dieses Werkzeug hat sich bei uns innerhalb eines Nachmittags amortisiert.“



Markus Kollinger (links), Geschäftsführer der gleichnamigen Firma, freut sich gemeinsam mit Philipp Herwerth, Vertriebsleiter Deutschland für Elektrowerkzeuge bei Trumpf, über die guten Ergebnisse beim Einsatz des Kantenfräses TruTool TKA 700.

ches. An diesen werden häufig Schweißkanten oder auch mal gerundete Kanten benötigt, damit die finale Lackierung zuverlässig hält. Für solche und andere Arbeiten ist der Kantenfräser eine große Hilfe.“

Am Rande erwähnt Markus Kollinger dann noch ein anderes Detail, über das sich Trumpf Vertriebsprofi Philipp Herwerth besonders freut. Denn der bereits erwähnte gute Kontakt der Kunstgießerei zu ihrem Partnerunternehmen fürs Wasserstrahlschneiden hat sich noch weiter verbessert. Kollinger erzählt: „Als die Kollegen gesehen haben, welch saubere Blechkanten wir an das Scheibenpferd „gezaubert“ haben, wollten sie gleich wissen, wie wir das gemacht haben. Und was soll ich sagen. Sie haben inzwischen mehrere Kantenfräser von Trumpf im Einsatz und sind damit genauso zufrieden wie wir.“ ■

Haltbares Schweißen auf dem Dach



Ob mobil mit dem Akkuheißluftgebläse MobileHeat 7 oder kabelgebunden mit den Stabgebläsen PRO HM 2600 E und HM 2620 E: Dachdecker erzielen mit den Heißluftgebläsen von Steinel Tools GmbH stets haltbare Schweißergebnisse.

Die Geräte sind für eine Ein-Hand-Bedienung ergonomisch gebaut, sodass ermüdungsfrei mit ihnen gearbeitet werden kann. Sie sind einfach zu bedienen, absolut baustellentauglich und besonders langlebig. Besonders praktisch: Alle Geräte benötigen kein Cool-Down und können einfach ausgeschaltet werden. Optional erhältliches Zubehör wie Düsen oder Andrückrollen ergänzt die Heißluftgebläse für flexibles Arbeiten auf der Baustelle.

Mit dem Roofing Kit von Steinel Tools GmbH können Dachdecker sofort starten, denn das MH7 Starter-Set enthält alles, was für Schweißreparaturen auf dem Dach benötigt wird. Mit der 40x2 Winkelflachdüse kann zielgenau geschweißt werden. 2 AMPShare Akkus (18V 8,0 Ah) bieten doppelte Power und bleiben mit dem AMP-Ladegerät stets leistungsstark. Präzise und haltbare Nähte gelingen mit der Silikon-Andrückrolle. Sonnencreme und eine Steinel Kappe sorgen für gut geschütztes Arbeiten im Sommer.

Damit kann es direkt losgehen: Das Roofing Kit von Steinel Tools GmbH umfasst das Akkuheißluftgebläse MobileHeat 7, Zubehör sowie Kappe und Sonnencreme. (Foto: Steinel)

STAHLSCNEIDER IN DER PRAXIS

Schnittiger und robuster Problemlöser

Bei der Herstellung von Betonfertigteilen ist der genaue Zuschnitt der integrierten Stahlmatten ein wesentliches Element für die Qualität. Denn, ganz gleich ob Serien- oder Einzelteilerfertigung, die Matten müssen immer von Hand angepasst werden, bevor die Fertigteile gegossen werden können. Wertvolle Helfer dabei sind die Stahlschneider des deutschen Werkzeugherstellers Krenn. Ob in der pneumatischen oder der akku-hydraulischen Version, sie erledigen zuverlässig diese wichtige Aufgabenstellung.

Das Anfertigen von Betonelementen direkt auf der Baustelle ist oft aufwändig und damit teuer. Deshalb ist der Einsatz von Betonfertigteilen seit langem gelebte Praxis. Denn in den Fertigteilwerken lassen sich sowohl standardisierte Betonelemente wie auch individuelle Anfertigungen effektiver herstellen. Zudem ist die Qualität der Elemente durch die gegebenen Möglichkeiten wie beispielsweise einer gleichmäßigeren Betondichte und dem Upside-down-Gießen der Teile durchweg höher, als wenn diese auf der Baustelle entstehen.

Was bei allen Fertigteilen unabdingbare Notwendigkeit ist: Die Bewehrung muss individuell angefertigt werden. In der Praxis bedeutet dies eine hohe Zahl von passgenauen Schnitten für das Zuschneiden der Stahlmatten. Denn Aussparungen oder spezifische Vorgaben für Anbauteile müssen gerade bei den individuellen Elementen berücksichtigt und in der Bewehrung angelegt werden.

In Achern werden die Betonfertigteile im Upside-down-Gießen hergestellt. (Fotos: Krenn)



„Wir produzieren bei uns ebenso Standardfertigteile wie auch speziell für Kunden angefertigte Serien oder Kleinserien“, berichtet Dominic Decker. Er ist Produktionsleiter bei der Bernhard Müller Betonsteinwerk GmbH in Achern und mit dem Werkstoff und seinen Eigenheiten mehr als vertraut. Für das Zuschneiden der Stahlmatten setzt man beim Bernhard Müller Betonsteinwerk Schneidewerkzeuge von Krenn ein.

Der deutsche Werkzeughersteller hat sich auf die Entwicklung von Schneidewerkzeugen insbesondere für die Bauindustrie und das Bauhandwerk spezialisiert. Die Werkzeuge, die in Achern im Dauereinsatz sind, gehören zu den pneumatischen Werkzeugen im Krenn-Sortiment. Ein wichtiger Aspekt beim Einsatz dieser Werkzeuge ist für Decker, dass keinerlei Funkenflug erzeugt wird. Die pneumatischen Stahlschneider trennen auch dickere Bewehrungsstäbe sauber, schnell und ohne zusätzliche Vorkehrungen zur Absicherung des Arbeitsplatzes durchführen zu müssen. Darüber hinaus können sie an jeder Stelle der Fertigungshalle und auch im Außenbereich eingesetzt werden.

Neben der Leistungsfähigkeit ist auch die Haltbarkeit der Krenn Werkzeuge für Dominic Decker ein deutlicher Punkt, der für die Maschinen spricht. Auch wenn er schon Jahre im Unternehmen ist, die pneumatischen Stahlschneider waren schon da. Den Austausch der Wechsellmesser im Schneidkopf übernimmt man im Bernhard Müller Betonsteinwerk selber, ansonsten gibt es nahezu keine Verschleißteile, die gewechselt werden müssten.

Die hohe Qualität der Schneidköpfe sind ein Kennzeichen der Krenn Werkzeuge, bei den pneumatischen



Dominic Decker,
Produktionsleiter bei
der Bernhard Müller
Betonsteinwerk
GmbH in Achern.



Mit einer Schnittzeit von etwa zwei Sekunden lassen sich mit dem neuen akku-hydraulischen Baustahlschneider KSD-16 ACBL von Krenn im Betonfertigteilwerk oder auf der Baustelle Baustahlmatten oder Betonstahlstäbe schnell individuell anpassen und ablängen, und das frei von einem Stromkabel oder Druckluftschlauch.



Patrick Kleinhans vom Bernhard Müller Betonsteinwerk in Achern bei der Arbeit mit dem Krenn Stahlschneider.

Schneidewerkzeugen sind diese besonders schlank ausgeführt, um nah am Materialkreuz der Stahlmatten oder auch unter beengten Platzverhältnissen noch sicher schneiden zu können. Darüber hinaus können die Maschinen auch mit Spezialköpfen zum bündigen Schneiden oder für das Trennen von hochfestem Spannstahl und Spannstahlstütze ausgestattet werden.

Krenn war der erste Anbieter in Europa, der bereits 1992 einen akku-hydraulischen Stahlschneider vorgestellt hat, damals noch mit der Akkutechnologie der ersten Generation. Heute sind auch hier modernste und leistungsfähige Lithium Ionen-Akkus im Einsatz, wie bei dem neuen akku-hydraulischen Baustahlschneider KSD-16 ACBL. Mühelos trennt das Vierschneiden-Wendemesser im kompakten Schneidkopf Stäbe und Matten im Durchmesser von 6 mm bis zu 16 mm. Selbstverständlich sind die Stahlschneider von Krenn auch auf der Baustelle praktische Helfer. Hier punktet vor allem die akku-hydraulische Variante durch ihre Unabhängigkeit beim Einsatz.

Einhand Akku-Säbelsäge
ERSC 18: Kompakt in der
Hand, vielseitig im Schnitt.
(Foto: Festool)

Wenn Kompaktheit zur Stärke wird

Mit der ERSC 18 bringt Festool eine Einhand Akkusäbelsäge auf den Markt, die Robustheit mit einem außergewöhnlich kompakten Format verbindet. Sie ist schnell griffbereit, sicher geführt und bereit für kraftvolle Schnitte in verschiedensten Materialien.

Im Fokus der Entwicklung stand die unkomplizierte Handhabung für schnelle Schnitte. Die ausgewogene Bauform ermöglicht ein intuitives Führen – auch in engen, verwinkelten Bereichen. Ein integriertes LED-Licht sorgt für klare Sicht auf den Schnittbereich, während der stufenlose Gasbeschalter feindosiertes Arbeiten erlaubt. Ihre Stärke zeigt die ERSC 18 vor allem in ihrer Vielseitigkeit: Mit passenden Festool Sägeblättern meistert sie Holz, Metall, abrasive Materialien oder auch Dämmstoffe. Ein um 180 Grad drehbares Sägeblatt ermöglicht schnittnahe Arbeiten an Wänden, Böden und Decken. Flexible Sägeblätter erweitern das Einsatzspektrum zusätzlich. Die werkzeuglos montierbare Absaugvorrichtung unterstützt ein staubarmes Arbeiten.

Die robuste Bauweise und der EC-TEC Motor sorgen für zuverlässige Leistung im rauen Baustellenalltag. Ein Gerüsthaken ermöglicht das sichere Abhängen, die Einschaltsperrung schützt vor unbeabsichtigten Starts. Voll kompatibel mit dem Festool 18-Volt-System profitiert die Säge von hoher Akkulaufzeit und der Bluetooth-Funktion zur automatischen Sauger-Aktivierung. Mit nur 1,9 kg Gewicht, 25,4 mm Hublänge und bis zu 3.000 Hüben pro Minute bietet die ERSC 18 Mobilität und Leistungsstärke in einem kompakten Werkzeug – entwickelt für professionelle Anforderungen, bei denen Zuverlässigkeit und Effizienz an erster Stelle stehen.

Kompakt, kraftvoll und ergonomisch

Mit einem maximalen Drehmoment von 170 Nm präsentiert sich der neue Akkuschlagschrauber DTD158 von Makita als leistungsstarker Partner für anspruchsvolle Schraubarbeiten in Werkstatt, Montage und Handwerk.

Die kompakte Bauform kombiniert hohe Performance mit einem kompakten Design für effizientes Arbeiten – auch bei längeren Einsätzen. Die optimale Akkuposition sorgt für eine ausgewogene Balance und verbessert spürbar die Handhabung. Dadurch liegt das Gerät besonders angenehm in der Hand und ermöglicht präzises Arbeiten selbst in anspruchsvollen Arbeitspositionen.

Für zusätzlichen Bedienkomfort verfügt der Schlagschrauber über eine Ein-Hand-Bitaufnahme (One-Touch-Funktion). Der reduzierte Bitwiderstand erleichtert das Einsetzen des Bits erheblich und sorgt für einen schnellen und reibungslosen Werkzeugwechsel. Die stufenlose Drehzahlregelung über den Elektronikschalter erlaubt eine exakte Anpassung an Material und Anwendung. So lassen sich sowohl empfindliche als auch kraftintensive Verschraubungen kontrolliert durchführen.

Eine integrierte LED-Arbeitsplatzbeleuchtung mit Vor- und Nachglimmfunktion gewährleistet optimale Sichtverhältnisse auch in dunklen Arbeitsbereichen. Ausgestattet mit einem bürstenlosen Motor (BL) überzeugt das Gerät durch hohe Effizienz, längere Laufzeit und eine besonders hohe Lebensdauer. Zusätzlich sorgt die XPT-Technologie (Extreme Protection Technology) für zuverlässigen Schutz vor Staub und Spritzwasser – ideal für den professionellen Einsatz auf der Baustelle oder in anspruchsvollen Umgebungen.

Mit seiner Kombination aus Kraft, Komfort und moderner Technologie setzt der neue Akkuschlagschrauber DTD158 Maßstäbe in seiner Klasse. (Foto: Makita)

Vielseitigkeit durch Zubehör

Tigris 1250 CX von Rokamat gilt bereits als äußerst flexibles Werkzeug für den Zuschnitt nahezu aller gängigen Dämmstoffe – von Styropor über Mineralwolle bis hin zu Holzfaserdämmplatten. Mit drei neuen Zubehör-Lösungen erweitert der Hersteller nun gezielt das Einsatzspektrum der Maschine und reagiert damit auf konkrete Anforderungen aus der Praxis.

Wer bislang dichtere Holzfaserdämmplatten bearbeiten wollte, stieß beim Standardzubehör an Grenzen. Mit dem neuen Zusatz-Paket „XCut“ für Holzfaserdämmplatten lässt sich dieser Bereich nun deutlich ausweiten: Platten mit einer Rohdichte von bis zu 200 kg/m³ und einer Druckfestigkeit von bis zu 200 kg können damit sauber und präzise zugeschnitten werden. Enthalten sind ein speziell abgestimmter Schneidedraht „Holzfaser XCut“, ausziehbare Zusatz-Auflagen sowie ein verlängerter und verbreiteter Auflagewinkel „XL“.

Für die Verarbeitung von Rollenware bietet Rokamat mit dem neuen Abroller eine praktische Ergänzung an. Er ist für gängige Dämmstoffrollen mit einem Durchmesser von bis zu 600 mm und einer Höhe von bis zu 1.250 mm ausgelegt. Stabile Flügeltüren, ein Drehteller sowie eine durchdachte Rollenführung sorgen für ein gleichmäßiges Abrollen des Materials und erleichtern damit den Zuschnitt spürbar.

Die dritte Neuheit richtet sich an alle, die regelmäßig mit sehr großen Dämmstoffplatten oder in Kombination mit dem Abroller arbeiten: die Rückwand-Erweiterung. Sie besteht aus einer rechten Erweiterung mit Auszug und Anschlag, einer linken Rückwand-Erweiterung, dem Auflagewinkel „XL“ sowie einer Fußerverlängerung. Damit lässt sich die Auflagefläche der Tigris 1250 CX gezielt vergrößern.

Mit dem neuen Zusatz-Paket „XCut“, dem Abroller und der Rückwand-Erweiterung schließt Rokamat gezielt Lücken im Zubehörprogramm des Tigris 1250 CX. Handwerker erhalten dadurch mehr Flexibilität bei dichteren Holzfaserdämmplatten, bei der Verarbeitung von Rollenware und beim Zuschnitt großformatiger Platten – und können ihre Akku-Maschine so noch passgenauer auf die jeweilige Baustellenanforderung abstimmen.



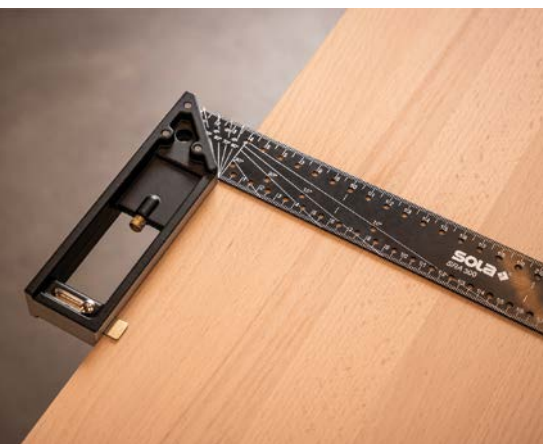
Mit drei neuen Zubehör-Lösungen erweitert Rokamat gezielt das Einsatzspektrum der Tigris 1250 CX. (Foto: Rokamat)



NEUE UND BEWÄHRTE TECHNIK ZUM MESSEN UND AUSRICHTEN

Gerade alles leichter machen

Traditionelle Methoden und modernste Technik werden in der Messtechnik oft parallel eingesetzt. Das hängt von den jeweiligen Gegebenheiten ebenso ab wie von den gewerkespezifischen Gewohnheiten. Und in beiden Bereichen werden Produkte kontinuierlich weiterentwickelt. Das dient der Ergonomie ebenso wie dem schnellen Arbeiten und der Präzision. Wir stellen einige exemplarische Neuheiten vor.



Der SRA 300 von Sola vereint Präzision, Stabilität und Komfort für das Holzhandwerk und den Holzbau. (Foto: Sola-Messwerkzeuge)

Sola hat mit dem SRA 300 einen hochwertigen Schreinerwinkel im Sortiment, der speziell für das Holzhandwerk und den Holzbau entwickelt wurde. Das 300-mm-Werkzeug vereint Präzision, Stabilität und Komfort und unterstützt Handwerker beim exakten Messen, Anreißen und Markieren.

Die ausfahrbare Griffauflage sorgt dafür, dass der Winkel stabil auf Werkstücken oder Kanten aufliegt und sich kontrolliert führen lässt. In Kombination mit den Anreißblöchern im 5-mm-Raster können Handwerker parallele Linien schnell, sauber und gleichmäßig markieren. So lassen sich Zuschnitte, Bohrungen oder Passarbeiten präzise vorbereiten, ohne dass das Werkzeug verrutscht oder die Linie ungleichmäßig wird.

Der SRA 300 bietet Anschlagflächen für 90°- und 45°-Winkel sowie zusätzliche Markierungen von 10°



bis 80°. Die integrierte Anreißnadel im Griff erleichtert die exakte Positionierung des Winkels und das präzise Anreißen von Linien, sodass gängige Winkel im Holzhandwerk und Holzbau schnell und zuverlässig übertragen werden können.

PRÄZISION NEU DEFINIERT

Mit dem Laser-Entfernungsmesser Expert EXLM100-39CG präsentiert Bosch ein Profi-Messwerkzeug, das speziell für anspruchsvolle Anwendungen, beispielsweise im Innenausbau und in der Bauplanung, entwickelt wurde. Der Expert EXLM100-39CG gehört

Als Gerät aus der Top-Leistungsklasse Expert verfügt der neue Expert EXLM100-39CG von Bosch über die innovative Dynamic Sensor Fusion Technologie, die auf intelligente Weise die Daten von drei präzisen Sensoren im Gerät verknüpft. Ein Algorithmus fusioniert diese Daten in Echtzeit. (Fotos: Bosch)

zur Top-Leistungsklasse Expert von Bosch, die Profis Elektrowerkzeuge, Messtechnik und Zubehör für allerhöchste Ansprüche an die Hand gibt. Neben dem neuen Flaggschiff führt Bosch vier weitere Modelle von Laser-Entfernungsmessern ein: GLM60-31, GLM70-32, GLM80-35C und GLM100-36CG.

Alle Geräte basieren auf einem neuen Messsystem, dem Bosch High Precision System. Diese hochpräzise Technologie sorgt für zuverlässige Messergebnisse über Distanzen von bis zu 100 Metern mit einer Abweichung von gerade einmal $\pm 1,5$ Millimetern. Zudem erzielen die Laser-Entfernungsmesser eine bis zu viermal schnellere Messgeschwindigkeit im Vergleich zu Vorgängermodellen – das Messergebnis erscheint auf Knopfdruck. Das spart professionellen Verwendern im Arbeitsalltag wertvolle Zeit.

Als Gerät aus der Top-Leistungsklasse Expert verfügt der neue Expert EXLM100-39CG über besonders

Der Modus „Multipunkt-Fläche“ des Expert EXLM100-39CG von Bosch revolutioniert die Flächenberechnung komplexer Räume oder Flächen. Aus bis zu 30 gesetzten Eckpunkten einer unregelmäßigen Fläche berechnet das Gerät automatisch die Gesamtfläche.



leistungsstarke Eigenschaften, die die Arbeit auf der Baustelle erleichtern: Die innovative Dynamic Sensor Fusion Technologie von Bosch verknüpft auf intelligente Weise die Daten von drei präzisen Sensoren im Gerät. Ein Algorithmus fusioniert diese Daten in Echtzeit. Dadurch kann das Gerät komplexe räumliche Zusammenhänge analysieren und ermöglicht drei neue Messfunktionen für maximale Effizienz:

- ➔ **Zwei-Punkt-Messung:** Mit diesem Modus lässt sich die Distanz zwischen zwei beliebigen Punkten bestimmen – egal, wie diese angeordnet sind. Dies ist besonders praktisch, um die Breite einer Fassade, die Höhe eines Fensters oder die Länge eines Stahlträgers aus der Entfernung zu messen, ohne das Gerät direkt anlegen zu müssen.
- ➔ **Multipunkt-Fläche:** Dieser Modus revolutioniert die Flächenberechnung komplexer Räume oder Flächen. Aus bis zu 30 gesetzten Eckpunkten einer unregelmäßigen Fläche berechnet das Gerät automatisch die Gesamtfläche.
- ➔ **Wandwinkel:** Zur exakten Bestimmung von Winkeln zwischen zwei Wänden oder Objekten bietet dieser Modus schnelle Messergebnisse. So können beispielsweise Architekten oder Bauleiter Baustellengegebenheiten vorab präzise prüfen.

Für den Baustelleneinsatz ist der Expert EXLM100-39CG bestens geschützt. Das staub- und wasserdichte Gehäuse erfüllt die Schutzklasse IP 65 und übersteht dank eines verstärkten Gummigehäuses Stürze aus bis zu 1,5 Metern Höhe schadlos. Zudem nutzt das Gerät die grüne Lasertechnologie, die für das menschliche Auge deutlich sichtbarer ist als rote Laserpunkte. Das beschleunigt das Anvisieren des Ziels bei hellen Lichtverhältnissen deutlich.

Dank der zweifachen Stromversorgung bleibt das Messwerkzeug stets einsatzbereit: Es kann wahlweise mit herkömmlichen AA-Batterien oder dem im Lieferumfang enthaltenen wiederaufladbaren Lithium-Ionen-Akku betrieben werden. Über die integrierte Bluetooth-Schnittstelle lassen sich Messwerte zudem direkt in die Bosch MeasureOn App übertragen, um digitale Grundrisse zu erstellen und Daten fehlerfrei zu dokumentieren.



LINIENLASER MIT FERNBEDIENUNG

Mit dem neuen 18 V 3x 360° Linienlaser DCLE34035D1-QW bringt Dewalt einen gewerkeübergreifenden Problemlöser auf den Markt. Denn in fast jedem Gewerk wird ein Laser benötigt – sei es bei der Planung und Vorbereitung, im Rohbau, beim Innenausbau oder der Fertigstellung.

Das Besondere an diesem Linienlaser ist die motorgesteuerte Nivellierung über eine Fernbedienung mit einem Arbeitsbereich von bis zu 100 Metern. Sie löst ein altbekanntes Problem auf der Baustelle: Der Handwerker muss nicht mehr ständig von der Leiter herabsteigen, um den Laser zu verstellen, oder weite Wege zurücklegen, wenn er sich beispielsweise im Rohbau auf einer anderen Etage befindet. Die präzise Einrichtung (Feineinstellung nach links, rechts, oben und unten, das Ein- und Ausschalten der Laserlinien sowie die Strahlhelligkeit) erfolgt ganz einfach aus der Ferne.

Der DCLE34035D1-QW verfügt über gut sichtbare grüne Laserlinien und projiziert ein 3x360° Layout für einen Arbeitsbereich von bis zu 80 m (100 m mit Empfänger).

Ob Rohbau, Innenausbau oder Fertigstellung: Der DCLE34035D1-QW von Dewalt lässt sich gewerkeübergreifend einsetzen und bequem aus der Distanz steuern. (Foto: SBD)

fänger). Die Möglichkeit der vertikalen Drehung um 90 mm, der horizontalen Drehung um 174° bei einer Genauigkeit von ± 3 mm auf 10 m garantiert die präzise Ausrichtung. Die Selbstnivellierung im Rahmen von: $\pm 3^\circ$ erfolgt innerhalb von ≤ 5 Sekunden. Zudem verfügt das Gerät über einen 3-Positionen-Schalter (manuelle Neigung / Selbstnivellierung / Pendelsperre) sowie drei Helligkeitsstufen, einzeln schaltbare Dioden, Akkuladestandsanzeige und einen integrierten Fall-Alarm, der sich bei einem freien Fall aus 1 m Höhe aktiviert.

FERNGESTEUERTE LASERBASIS FÜR PRÄZISE LINIENAUSRICHTUNG

Mit dem RCB von Sola, der elektronischen Basis für Lasergeräte, lassen sich Laserlinien schnell und präzise justieren. Die Laserbasis wird per Fernbedienung gesteuert. So werden vertikale und horizontale Laserlinien rasch, exakt und kontaktlos ausgerichtet. Ein manuelles Nachjustieren direkt am Gerät ist nicht erforderlich. Das spart Zeit, reduziert Laufwege und erleichtert effiziente Arbeitsabläufe auf der Baustelle. Die mitgelieferte Fernbedienung ermöglicht das Ausrichten der Laserlinien aus einer Entfernung von bis zu 30 m.

Der RCB kann das montierte Lasergerät um 360° im und gegen den Uhrzeigersinn drehen. Die Rotation erfolgt elektronisch, wenn die Fernbedienung verwendet wird. Alternativ lässt sich das Gerät manuell über einen Drehknopf an der Basis steuern. Drei Geschwindigkeitsstufen der Fernbedienung ermöglichen sowohl schnelles Positionieren als auch millimetergenaue Feinjustierung der vertikalen Linien.

Horizontale Laserlinien werden über die integrierte Nivellierplattform ausgerichtet. Mit der Fernbedienung lässt sich das Lasergerät millimetergenau um bis zu 20 mm anheben oder absenken. Die Linie kann stu-



Einstellen vertikaler und horizontaler Laserlinien aus der Distanz – möglich mit der RCB-Laserbasis mit Fernbedienung. (Foto: Sola-Messwerkzeuge)

fenlos feinjustiert oder direkt auf die maximale Verstellhöhe eingestellt werden. So lassen sich Höhenkorrekturen präzise durchführen, ohne das Gerät selbst berühren zu müssen.

Der RCB lässt sich vielseitig einsetzen. Auf dem Boden sorgen drei höhenverstellbare Standfüße und eine integrierte Dosenlibelle für eine exakte Nivellierung. Alternativ kann die Basis auf einem Stativ oder auf der mitgelieferten magnetischen Wandhalterung montiert werden. Der RCB ist mit gängigen Linienlasern kompatibel und unterstützt Geräte mit 1/4"- oder 5/8"-Gewinde. Der integrierte Li-Ion-Akku wird über USB-C geladen und ermöglicht einen mobilen Einsatz.



Dank GreenBeam-Technologie projiziert der LAX 60 G von Stabila extrem helle, gestochene scharfe grüne Laserlinien, die selbst bei Tageslicht bis zu 30 m sichtbar sind (mit Receiver: 80 m). (Foto: Stabila)

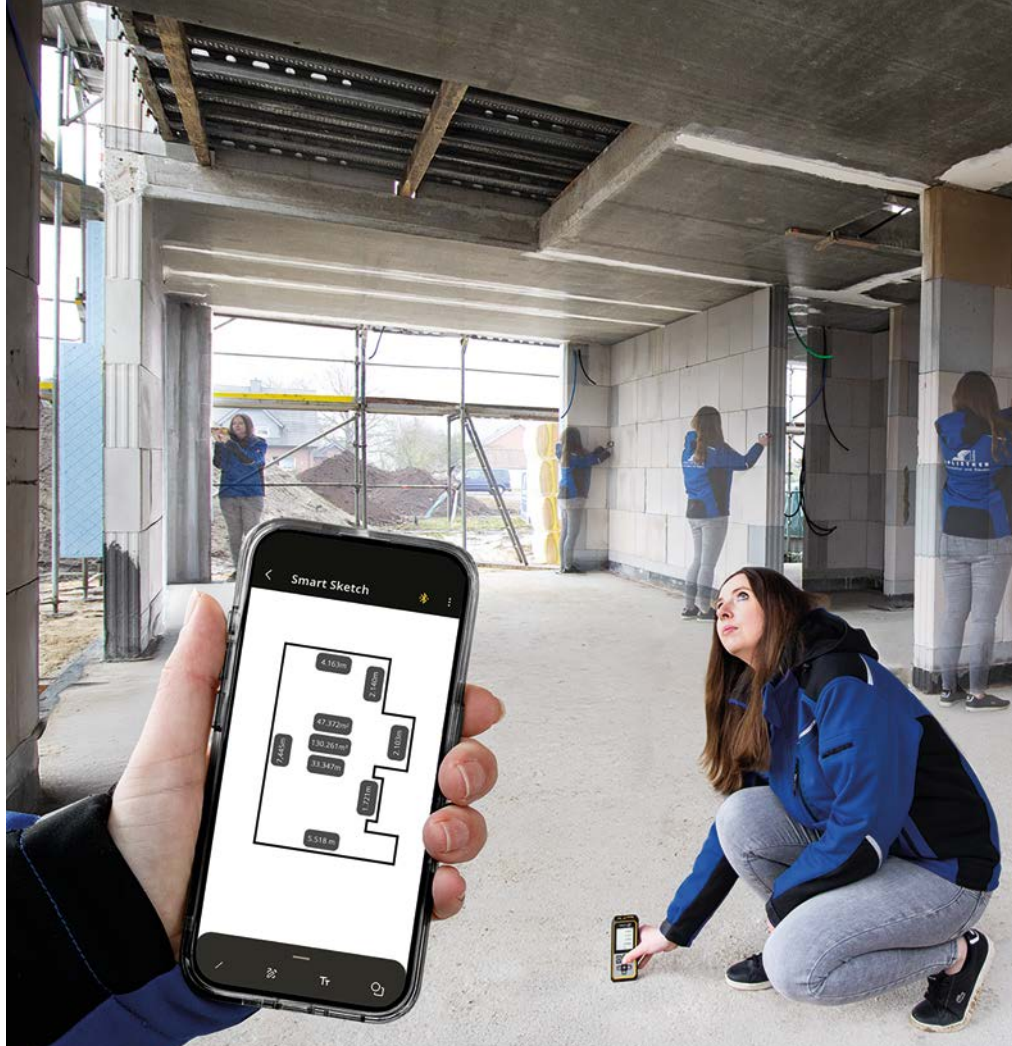
KOMPAKTER HELFER FÜR INNENAUSBAU UND MONTAGE

Profis erhalten mit dem LAX 60 G von Stabila einen kompakten, vielseitigen und sofort einsatzbereiten Kreuzlinien-Laser für exakte Markier- und Ausrichtarbeiten in der horizontalen und vertikalen Ebene an die Hand. Dank GreenBeam-Technologie projiziert er extrem helle, gestochene scharfe grüne Laserlinien sichtbar bis zu 30 m Entfernung selbst bei Tageslicht. Im manuellen Modus lassen sich die Linien flexibel in jeder Neigung positionieren und im Pulsmodus der Arbeitsbereich unter Zuhilfenahme eines Receivers auf bis zu 80 m noch erweitern.

Der Kreuzlinien-Laser LAX 60 G ist mit einer Nivelliergenauigkeit von $\pm 0,3$ mm/m zum einen sehr präzise. Zum anderen lässt er sich dank starker Magnete und 1/4"-Gewinde wahlweise an Stahlträgern oder Heizkörpern befestigen oder auf ein Stativ setzen. Darüber hinaus kann zum Anzeichnen von Schrägen im manuellen Modus das Pendel arretiert werden, um die Laserlinien im gewünschten Winkel zu fixieren.

Der selbstnivellierende Kreuzlinien-Laser LAX 60 G ist dank seiner baustellengerechten Pendel-Technologie sofort einsatzbereit und über zwei Tasten einfach zu bedienen. Betrieben mit drei AA 1,5 V-Batterien erzielen seine leistungsstarken Laserdioden eine lange Betriebszeit von bis zu 15 Stunden. Anwender können den Ladezustand mittels einer LED-Batterieanzeige kontrollieren und die Laufzeit durch Zu- und Abschalten der Linien verlängern.

Der LAX 60 G ist geschützt vor Staubablagerungen im Inneren und Spritzwasser aus allen Richtungen (IP 54), der stoßabsorbierende Stabila Softgrip-Mantel bietet außerdem Schutz bei Stürzen. ■



ZWISCHEN WASSERWAAGE UND APP

Die Zukunft der Messtechnik ist hybrid

FACHBEITRAG VON HOLGER BINDER, VERTRIEBS- UND MARKETINGLEITER BEI STABILA

Bandmaß oder Laser-Entfernungsmesser? Das ist nicht die Frage, sondern vielmehr: Wie profitieren Handwerksbetriebe und Fachhändler vom Zusammenspiel?

Neu ist digitales Messen auf der Baustelle nicht. Bei Stabila fertigen wir seit über 30 Jahren Linien- und Rotationslaser, Laser-Entfernungsmesser sowie elektronische Wasserwaagen und Winkelmesser. Mit der voranschreitenden Veränderung der Bauprozesse hat sich in den letzten Jahren vor allem die Rolle moderner Messwerkzeuge erweitert. Sie liefern heute nicht mehr nur Messwerte, sondern werden zunehmend Teil digitaler Arbeitsprozesse.

VON DER PRODUKT- ZUR LÖSUNGSBERATUNG

Als Spezialist für Messwerkzeuge tauschen wir uns kontinuierlich mit Profianwendern zahlreicher Gewerke weltweit aus, um ihre Arbeitsabläufe, Gewohnheiten und Bedürfnisse zu erforschen. In Gesprächen erleben wir immer wieder, dass vorhandene Funktionen oder App-Anbindungen im Arbeitsalltag noch ungenutzt bleiben. Das eröffnet Fachhändlern, die ihr Profi-

Sortiment gezielt ausbauen, zusätzliches Umsatzpotenzial. Wer verständlich vermittelt, wie digitale Tools und klassische Werkzeuge nahtlos zusammenarbeiten, verkauft nicht mehr nur ein Messwerkzeug, sondern effizientere Arbeitsabläufe.

DIGITALES MESSEN SCHAFFT NEUE MÖGLICHKEITEN

Digitale Messtechnik beginnt nicht erst bei der Datenübertragung. Sie beginnt dort, wo elektronische Funktionen den Messvorgang einfacher, präziser und komfortabler machen. Ein gutes Beispiel sind unsere elektronischen Wasserwaagen. Während klassische

Verknüpfung: Die Apps dienen als zentrale Arbeitsplattform für Aufmaß, Planung und Dokumentation. Messdaten werden so Teil durchgängiger Prozesse. (Fotos: Stabila)



Vernetzung: Dank Bluetooth-Technologie lassen sich Messwerte beispielsweise vom Laser-Entfernungsmesser LD 530 BT direkt an Smartphone, Tablet oder PC übertragen.

beim exakten Ausrichten, ohne ständig auf das Display schauen zu müssen. Digitale Messtechnik bedeutet deshalb nicht zwangsläufig mehr Komplexität. Sie verbessert häufig bereits den eigentlichen Messvorgang.

VOM MESSWERKZEUG ZUM DIGITALEN WORKFLOW

Ein weiterer Schritt ist die Vernetzung. Dank Bluetooth-Technologie lassen sich Messwerte beispielsweise vom Laser-Entfernungsmesser LD 530 BT direkt an Smartphone, Tablet oder PC übertragen. Dadurch entfallen Medienbrüche: Maße müssen nicht mehr abgeschrieben werden, Übertragungsfehler werden vermieden und Messdaten stehen unmittelbar für Skizzen, Kalkulation oder Dokumentation zur Verfügung.

Einen Schritt weiter geht die Verknüpfung mit Apps, die als zentrale Arbeitsplattform für Aufmaß, Planung und Dokumentation fungieren. Messdaten werden so Teil durchgängiger Prozesse. In Kombination mit unserer kostenlosen Measures II App zeigt sich der Mehrwert beim Laser-Entfernungsmesser LD 530 BT besonders im Aufmaß: Sie erstellt auf Basis der gemessenen Daten automatisch ganze Raumskizzen. Ergänzt durch Zeichentools und die Möglichkeit, Fotos oder PDFs einzubinden, entsteht eine durchgängige digitale Dokumentation – direkt auf der Baustelle.

Darüber hinaus gibt es eine Reihe von Bauplanungssoftware anderer Anbieter, die mit unseren Bluetooth Laser-Entfernungsmessern kompatibel sind. 3D-Modelle erstellen und automatisch Stücklisten sowie CNC-Daten generieren – das geht mit „Palette CAD“, einer App für den Innenausbau. Ein echtes 3D-BIM-Modell inklusive Türen und Fenstern wiederum erzeugt im Aufmaß-Prozess die App „Orthograph Software“, die für den Einsatz im Hoch- und Tiefbau ausgelegt ist. Und das sind nur zwei Beispiele von vielen.

Wasserwaagen waagerechte oder senkrechte Lagen anzeigen, liefern digitale Modelle zusätzlich exakte Neigungswerte – je nach Anwendung und Vorlieben in Grad, Prozent, Millimeter pro Meter oder im imperialen System. Das erleichtert das exakte Ausrichten und Überprüfen deutlich. Hinzu kommen Funktionen, die mechanische Werkzeuge nicht bieten können: Zwei beleuchtete Displays ermöglichen das komfortable Ablesen auch bei Über-Kopf-Arbeiten oder schlechten Lichtverhältnissen. Akustische Signale unterstützen



Gastautor Holger Binder ist Vertriebs- und Marketingleiter bei Stabila.

ROBUSTHEIT UND ELEKTRONISCHES MESSEN SIND KEINE GEGENSÄTZE

Auf der Baustelle ist entscheidend, dass ein Messwerkzeug dauerhaft präzise arbeitet. Elektronik gilt auf der Baustelle nach wie vor häufig als besonders empfindlich. Entscheidend ist jedoch nicht nur die Technologie, sondern auch die Konstruktion des Messwerkzeugs. Bei Stabila machen wir auch bei unseren digitalen Werkzeugen keine Kompromisse. Schon bei der Entwicklung berücksichtigen wir die realen Einsatzbedingungen auf der Baustelle. Das reicht vom robusten Design und hochwertigen Komponenten bis hin zu umfangreichen Fall-, Vibrations-, Dichtigkeits- und Temperaturtests. Gegen Staub und Feuchtigkeit sind unsere elektronischen Produkte mit Schutzart IP 54 bis IP 67 bestens geschützt. Konstruktive Maßnahmen wie stoßdämpfende Endkappen bei digitalen Wasserwaagen oder bei Lasern unser Protector-System, drehbare Gehäuse sowie Schutzschieber helfen dabei, die Präzision jederzeit zu bewahren.

ANALOG UND DIGITAL GEHÖREN ZUSAMMEN

Und was ist mit klassischen „analogen“ Messwerkzeugen wie Wasserwaage, Bandmaß und Zollstock? Diese werden ihren festen Platz behalten, weil sie sofort einsatzbereit und extrem robust sind, weder Strom noch Netzwerk benötigen und viele Aufgaben schneller lösen als digitale Produkte. Die Digitalisierung wird indessen weiter Einzug in den Baubereich halten, sei es bei der immer wichtiger werdenden Dokumentation von Baufortschritt und -qualität oder der Übertragung von CAD-Daten.

Die Zukunft der Messtechnik liegt also nicht im Entweder-oder, sondern im intelligenten Zusammenspiel der verschiedenen Messwerkzeuge. Digitale Messtechnik ergänzt analoge und eröffnet so ganz neue Anwendungsmöglichkeiten. Wo früher zwei Personen mit Schnurschlag oder Schlauchwasserwaage arbeiten mussten, genügt heute häufig ein Linien- oder Rotationslaser. Die Zukunft der Messtechnik entscheidet sich deshalb nicht an der Frage „analog oder digital“. Entscheidend ist, wie gut sich Messwerkzeuge in die Arbeitsabläufe des Handwerks integrieren – robust, präzise und dort digital, wo digitale Prozesse einen echten Mehrwert schaffen. ■



HEIZEN, TROCKNEN, LÜFTEN UND ENTSTAUBEN AUF DER BAUSTELLE UND IN DER WERKSTATT

Immer ein gutes Arbeitsklima

Konzentriertes und ausdauerndes Arbeiten ist leichter realisierbar, wenn die äußeren Bedingungen stimmen. Was wir in den Hitzephasen der letzten Wochen schwitzend erlebt haben, kann auch auf der anderen Seite der Temperaturskala eintreten: Ist es zu heiß oder zu kalt, sinkt die Leistungsfähigkeit und Sicherheit bei der Arbeit. Aber auch Baustoffe sind temperaturabhängig. Ihre Verarbeitung ist bei der richtigen Temperatur einfacher und sicherer. Ebenso müssen Bauten und verarbeitete Baustoffe getrocknet werden. WILMS bietet in seinem Sortiment eine ganze Reihe von Geräten, die das Arbeitsklima optimieren und für Trockenheit sorgen, wo Feuchtigkeit nichts zu suchen hat. Hier eine Auswahl.

Heizen

Die WILMS Heißluftturbine BV 385 ist ein leistungsstarker, vollautomatischer Warmlufterzeuger mit 110 kW Heizleistung, der sich durch einen sehr hohen Wirkungsgrad und die Einhaltung der strengen BImSchG-Abgasnormen auszeichnet. Durch die integrierte Abgasführung ist ein Einsatz in geschlossenen Räumen möglich. Konzipiert als mobile Profi-Ausführung mit Rädern, Transportbügel und Kranöse ist die Heißluftturbine einfach zu manövrieren und zu positionieren. Der optionale Anschluss von Warmluftschläuchen zur gezielten Wärmeverteilung macht sie auch als zentrale Wärmequelle in Werkstätten, Industriehallen, Baustellen und Zelten nutzbar. Zur serienmäßigen Ausstattung gehören auch ein Feuchtraumthermostat, Flammenwächter und Ölvorwärmung.



Das kleinere Pendant ist die WILMS Heißluftturbine BV 145. Dieser vollautomatische Warmlufterzeuger bietet eine Heizleistung von 45 kW und zeichnet sich ebenfalls durch einen hohen Wirkungsgrad und einen emissionsarmen Betrieb nach BImSchG aus. Die Mobilität wird durch Räder, Gabelstaplerschlitze und den optionalen Transportbügel sichergestellt. Auch bei diesem Warmlufterzeuger ist ein Warmluftschlauchbetrieb zur gezielten Beheizung möglich und prädestiniert ihn für Werkstätten, Hallen, Baustellen und Zelte. Serienmäßig ist die Heißluftturbine mit Feuchtraumthermostat, Flammenwächter und Ölvorwärmung ausgestattet.



Die WILMS Heißluftturbine BV 145. (Fotos: WILMS)



Liefert Wärme vom Büro bis zur Baustelle: der WILMS Elektroheizer CH 5000.

Kompakt und vielseitig, das sind die Eigenschaften des WILMS Elektroheizer CH 5000. Der Elektroheizer ist mit einem Keramikheizelement (PTC) ausgestattet und liefert eine Heizleistung bis 5 kW. Zwei Heizstufen und schneller Wärmearaufbau sowie der besonders leise Betrieb machen ihn zu idealen Wärmequelle in kleineren Werkstätten, Baustellen oder auch zur Unterstützung von Luftentfeuchtern. Für Komfort und Sicherheit sorgen das integrierte Thermostat und ein Neigungsschalter



Die WILMS Elektroheizer EL 3, EL 9 und EL 15 liefern eine Heizleistung von 3 kW bis zu 15 kW. Die leistungsstarken Elektroheizer verfügen jeweils über drei Heizstufen für eine bedarfsgerechte Wärmeerzeugung. Durch den besonders leisen Betrieb durch Radialventilator und den integrierten Thermostat sowie Überhitzungsschutz und Nachlaufkühlung sind sie ideal für Baustellen, Werkstätten, Lager und Garagen geeignet. Darüber hinaus sind sie auch als Lüfter einsetzbar.



Ganz nach Bedarf: Der leistungsstarke Elektroheizer EL 15 ist auch als Lüfter einsetzbar.

Infrarotwärme

Für punktgenaue, direkte Wärmestrahlung ohne Luftbewegung sorgt der WILMS Infrarot-Ölheizter VAL 6 mit einer Heizleistung von 40 KW. Bei Innen- und Außeneinsatz bei ausreichender Belüftung ist damit eine staubfreie und geräuscharme Beheizung möglich. Das Gerät ist horizontal und vertikal ausrichtbar, je nachdem, wo und wie die

punktuellen Wärme gebraucht wird. Geeignet ist der Infrarot-Ölheizter vor allem für offene Hallen, Baustellen sowie zum Trocknen und Enteisen.



Bringt die Wärme auf den Punkt: der WILMS Infrarot-Ölheizter VAL 6.



Der WILMS Luftentfeuchter KT 45 Eco.



Das der Luft entzogene Wasser wird in einem Wasserkasten aufgefangen, der bequem aus dem Gerät entnommen werden kann.

Trocknen

Für das Trocknen von Baustellen und bei der Wasserschadensanierung sind die robusten Geräte KT 45 / KT 65 / KT 1015 bestens geeignet. Die Serie umfasst Modelle für Raumgrößen bis 800 m³ und einer Entfeuchtungsleistung von bis 91 Liter pro 24 Stunden. Die selbsterklärende Bedienung

über nur einen Schalter und die großen Räder für den einfachen Transport machen den Einsatz der Luftentfeuchter zum Kinderspiel. Der Rollkolbenkompressor sorgt dabei für einen zuverlässigen Dauerbetrieb.



Manchmal muss insbesondere nach Wasserschäden Feuchtigkeit auch dort entfernt werden, wo eine Luftentfeuchtung nicht hinkommt. Für die Unterestrich-Trocknung bietet WILMS zwei Spezialisten an.

Das WILMS Unterestrich-Trocknungspaket SVS ist ein professionelles System zur Trocknung von Estrichen, Hohlraumböden und Flachdächern. Durch das Unterdruckverfahren mit Schnellverschlussystem (SVS) wird eine besonders effiziente und einfache Anwendung sichergestellt. Das System ist geeignet für Flächen bis 40 m² und erweiterbar auf bis zu 80 m². Ein integrierter H13-Filter entfernt Schimmelsporen und sorgt für saubere Raumluft. Die robuste Profi-Ausführung ist für den täglichen Baustelleneinsatz konzipiert, das Display mit Betriebs- und Verbrauchswerten ermöglicht die einfache Kontrolle des Trocknungsvorgangs. Das WILMS Unterestrich-Trocknungspaket SVS ist kompatibel mit handelsüblichen 40-mm-Schläuchen und wird als Komplettsystem inklusive Verdichter, Abscheider mit Pumpe, H13-Filterbox und umfangreichem Schlauchzubehör geliefert.

Als Variante bietet WILMS das WILMS Unterestrich-Trocknungspaket, das die gleichen Leistungsmerkmale des SVS-Systems aufweist. Im Gegensatz zum SVS-System ist dieses Unterestrich-Trocknungspaket jedoch nicht mit dem Schnellverschlussystem für den schnellen und komfortablen Auf- und Abbau ausgestattet.



Lüften & Entstauben

Für frische Luft sorgt der WILMS Axialventilator AV 3105. Dieser professionelle Axialventilator mit bis zu 3.100 m³/h Luftleistung ist geeignet für Lüftung, Entstaubung und Baustellenbelüftung. Die Möglichkeit eines beidseitigen Schlauchanschlusses für Zu- und Abluft ermöglicht auch den Lufttransport über größere Entfernungen, wenn beispielsweise Luft in Innenräume geholt werden muss. Der Ventilator ist kombinierbar mit einem Luftfiltervorsatz und/oder einem Staubsack.



Der WILMS Axialventilator AV 3105 liefert bis zu 3.100 m³/h Leistung.



Der WILMS Axialventilator AV 3105 in Kombination mit dem Luftfilter LF 3000. Der LF 3000 ist ein Luftfilter, der in Kombination mit einem Axialventilator die ideale Lösung für alle Arbeiten mit hoher Staubentwicklung ist.

Ideal für die Lüftung und Belüftung großer Bereiche geeignet ist der WILMS Axialventilator AV 4500 mit bis zu 4.400 m³/h Luftleistung. Die Möglichkeit, mehrere Geräte zur Druckerhöhung koppeln zu können, erhöht die Leistungsfähigkeit noch weiter. Dabei sorgen die kompakten Abmessungen für einen geringen Platzbedarf am Einsatzort sowie einen platzsparenden Transport. Der Schlauchanschluss garantiert die gezielte Luftförderung.



Der WILMS Radialventilator RV 2800 ist ein leistungsstarker Turbo-Lüfter mit drei Gebläsestufen, der einen breiten Luftstrom erzeugt und für die schnelle Trocknung von Estrichen, Böden und Teppichen sorgt. Dadurch ist er prädestiniert für die Wasserschadensanierung, eignet sich aber auch für die Belüftung von Baustellen und Räumen insgesamt. Ausgestattet ist er mit einer integrierten Steckdose zum Anschluss weiterer Geräte.



Der WILMS Radialventilator RV 2800 ist ein leistungsstarker Turbo-Lüfter mit drei Gebläsestufen und einem breiten Luftstrom, der auch für die schnelle Trocknung von Estrichen, Böden und Teppichen geeignet ist.

Schlanke Stiftleuchte im eleganten Gehäuse

Mit bis zu 400 Lumen und drei Leuchtmodi bietet die hochwertige ZB4P von Zweibrüder auch unterwegs die passende Beleuchtung. Aber auch in der Werkstatt ist die robuste Stiftlampe von Zweibrüder ein hilfreiches Tool, das selbst in eine Hemdtasche passt und so immer schnell zur Hand ist. Sie lässt sich intuitiv bedienen und kann sowohl mit aufladbarem Akku als auch mit Batterien betrieben werden.

Trotz des schmalen Formats bietet die ZB4P zahlreiche innovative Funktionen: So ermöglicht die Dual Function Optic ein komfortables Wechseln zwischen Fernlicht für maximale Reichweite und Flutlicht für eine breite, blendfreie Nachbereichsausleuchtung. Auch enge Bereiche, beispielsweise in Fahrzeugen, leuchtet die ZB4P präzise aus.

Drei Modi sorgen jederzeit für die passende Beleuchtung. Im Mid-Power-Modus leuchten angenehme 250 Lumen bis zu 60 Meter weit, bei einer Akkulaufzeit von drei Stunden. Wird sehr helles Licht benötigt, kann bis zu anderthalb Stunden lang die höchste Stufe von 400 Lumen genutzt werden, die Reichweite

beträgt dann 90 Meter. Im energiesparenden Low Power Modus werden 50 Lumen Helligkeit und eine Reichweite von 30 Metern erreicht. Dabei ist die Lampe bis zu sechs Stunden lang ununterbrochen einsatzbereit.

Der leistungsstarke Lithium Akku lässt sich einfach und schnell über USB-C aufladen, für eine komplette Aufladung werden ca. 90 Minuten benötigt.

Mit bis zu 400 Lumen und drei Leuchtmodi bietet die hochwertige ZB4P von Zweibrüder in vielen Gelegenheiten die passende Beleuchtung. (Foto: Zweibrüder)



Handwerksprofis, die außerhalb einer Werkstatt mobil arbeiten müssen, sind mit dem neuen Hazet-Werkzeugrucksack gut ausgestattet. (Foto: Hazet)

Werkzeug, leicht geschultert

Der neue Werkzeug-Rucksack 191R-1 des Remscheider Werkzeugspezialisten Hazet ist aus strapazierfähigem 600D-Polyester mit wasserabweisender PU-Beschichtung gefertigt, trotz widrigen Bedingungen und schützt empfindliches Equipment zuverlässig vor Feuchtigkeit und Schmutz. Eine massive, 60 mm hohe Bodenschale garantiert dabei nicht nur einen festen Stand, sondern bewahrt den Inhalt auch auf nassem Untergrund vor Schaden.

Das durchdachte Ordnungssystem strukturiert sinnvoll und übersichtlich den mobilen „Werkzeug-Hub“. Mit insgesamt 38 Fächern und 44 Befestigungsmöglichkeiten findet jedes Werkzeug seinen idealen Platz. Ein smarter Magnetverschluss sorgt für die notwendige Schnelligkeit, denn er ermöglicht das mühelose Öffnen und Schließen mit nur einem Handgriff. Die herausnehmbare Werkzeuggestafel schafft sofortige Übersicht direkt am Einsatzort. Auch für die Sicherheit empfindlicher Technik ist gesorgt: Ein separates Innenfach beherbergt Notebooks oder Tablets, während ein robustes Hartschalenfach Handy und Schlüssel vor Stößen bewahrt. Die gepolsterte Rückenpartie verteilt das Gewicht von bis zu 15 kg Zuladung optimal und schon so Muskulatur und Gelenke, damit der mobile „Werkzeug-Hub“ möglichst bequem zum Einsatzort transportiert werden kann.

Die Leer-Variante 191R-1 des Rucksacks dient als universelle Basis für Spezialisten, die ihre Ausrüstung völlig individuell auf ihren Job abstimmen möchten. Der Allrounder für Service und Instandhaltung ist der Rucksack 191R-1/56 mit seinen 56 Profiwerkzeugen. Dieser Satz zielt besonders auf die Industrie, das Handwerk sowie den Fahrrad- und Motorradsektor ab. Das Kraftpaket für Montageprofis ist der Rucksack 191R-1/89: Die 89-teilige Version fokussiert sich verstärkt auf den industriellen Einsatz, den Pkw- und Transporter-Bereich sowie das Baugewerbe.

Während die Basisvariante mit 56 Werkzeugen bereits eine solide Grundlage für viele kleinere Handwerksarbeiten bietet, hebt die 89-teilige Version die mobile Werkstatt auf ein professionelles Niveau.

Robustes Spezialwerkzeug

Mit dem STX60 erweitert Knipex sein Sortiment um ein leistungsstarkes Abmantelungswerkzeug für großdimensionierte Energiekabel. Entwickelt für Kabeldurchmesser von 30 bis 60 mm und Wandstärken bis 6,5 mm ermöglicht das Werkzeug präzise Umfangs- und Längsschnitte – auch bei besonders widerstandsfähigen Isolierungen aus PVC, Gummi oder PUR. Der STX60 richtet sich an professionelle Anwender in Industrie, Photovoltaik- und Windkraftanlagen, im Schiffbau sowie in der mobilen Stromversorgung.

Die Anpassung an unterschiedliche Kabeldurchmesser erfolgt werkzeuglos. Dank Schnellverstellung kann das Werkzeug mit nur einem Daumendruck auf den gewünschten Durchmesser eingestellt werden. Eine zusätzliche Feineinstellung über den Drehknopf erlaubt eine präzise Justierung zwischen 30 und 60 mm.

Für den Längsschnitt stehen zwei Mechaniken zur Verfügung: manuell mit ausklappbarer Zughilfe oder optional mit mechanischer Ratsche für kraftsparenden Vorschub. Die griffige Antriebsrolle unterstützt den Ratschenbetrieb insbesondere bei widerstandsfähigen Materialien und reduziert die notwendige Kraftanstrengung bei längeren Arbeitszyklen.

Das robuste Gehäuse aus hochwertigem Aluminium-Druckguss ist auf dauerhafte Beanspruchung ausgelegt. Für Sicherheit bei Transport und Aufbewahrung ist die Präzisionsklinge vollständig versenkbar. Zwei Ersatzklingen sind im Drehknopf integriert und jederzeit griffbereit.



Knipex STX60:
Sicheres Abmanteln großer
Kabeldurchmesser bis 60 mm.
(Foto: Knipex)

Perfekt und sauber gelöst

Praktisch strukturiert, schnell gereinigt, nahtlos integriert. Das sind die Ansprüche an eine moderne Versorgungstation in Unternehmen. Die Lösung: die neue Pausenstation von Thur Metall.

Die kompakte Küchenlösung beinhaltet alles, was für eine Pausenzone in einer Werkstatt, einem Lager, im Büro oder Labor, in Showrooms oder medizinischen Einrichtungen notwendig ist: Neben einem Kaffeefüllautomaten sind eine Mikrowelle, ein Kühlschrank und ausreichend Stauraum für Geschirr und Vorräte vorhanden. Alles ist klar strukturiert und lässt sich in einzelnen Modulen zusammenstellen. Dabei umfasst Modul 1 die ausziehbare Kaffeetheke mit dem Platz für eine Kaffeemaschine oder einem Kaffeefüllautomaten, mit einem Auszug zum Abstellen von Tassen und Tellern sowie drei geräumige Schubladen für das Geschirr und die Lagerung. Modul 2 bietet analog den Raum für die Mikrowelle, einen Auszug zum Abstellen der Speisen sowie einen Kühlschrank. Beide Module sind in Aufteilung und den Maßen perfekt aufeinander abgestimmt und ergeben zusammen die kompakte Versorgungseinheit für die Pausenzone. Über das Modul 3 ist eine Erweiterung um ein Spülbecken mit Unterschränk möglich.

Bei der Entwicklung der Pausenstation wurde an alles gedacht: Ergonomisch sinnvolle Arbeitshöhen verbinden sich mit einer durchorganisierten Anordnung und ausreichendem Stauraum in den einzelnen Elementen. Die Materialien wurden für einen langen Einsatz und eine schnelle und hygienische Reinigung ausgewählt, Gummistopfen an den Rückseiten von Modul 1 und Modul 2 ermöglichen eine professionelle Kabelführung, eine optionale gelochte Seitenwand die Anbringung von zusätzlichen Funktionselementen wie Papierrollen- oder Spraydosenshalter und der Hubwagensockel inklusive Frontabdeckung macht das Positionieren der Module am ausgewählten Platz ganz leicht.

Durch den modularen Aufbau beweist die neue Pausenstation höchste Anpassungsfähigkeit an den gegebenen Bedarf: Ob mit oder ohne Mikrowelle, mit oder ohne Spülbecken, mit mehreren Kaffeestationen oder Elementen für die Speisenzubereitung, immer lässt sich das Schranksystem auch nachträglich erweitern. Dies gilt sowohl für die Variante als Standalone-Lösung aber auch bei einer Integration in bestehende Werkstatt- oder Bürousausstattungen des schweizerischen Herstellers.



Einen Quadratmeter im Unternehmen zu einer motivierenden Wohlfühlzone für die Mitarbeitenden werden zu lassen, ist mit der Pausenstation von Thur Metall ganz einfach. (Foto: Thur Metall)

VORSCHAU ►► PROFIBÖRSE 5/2026

Leitern und Gerüste

Beim Arbeiten in der Höhe spielt die Sicherheit die größte Rolle. Aber auch für den Weg zum hochgelegenen Arbeitsplatz trifft dies zu, egal, ob es sich um eine Standardlösung mit Leiter oder Gerüst handelt, oder um eine speziell angefertigte Sonderlösung. Was die Hersteller in diesen beiden Bereichen bieten und wie der Handel seine Beratungskompetenz nutzen kann, ist, neben den Neuheiten des Produktsegments, Thema in der kommenden Ausgabe der ProfiBörse.



FOTO: MUNK GROUP

Die ProfiBörse 5/2026 erscheint am 23. Oktober 2026

IMPRESSUM

PROFIBÖRSE

Das Magazin für Industrie, Fachgroßhandel und Handwerk mit den Sortimentsschwerpunkten Werkzeuge, Maschinen, Industriebedarf, Baustoffe, Baubedarf, Baugeräte, Baubeschläge, Haustechnik, Sanitär, Heizung, Klima, Sicherheitstechnik (Schloss und Beschlag), Betriebsbedarf und Arbeitsschutz

Herausgeber und Verleger:
Media & Service Büro Bernd Lochmüller
Bleichstr. 77a, 33607 Bielefeld
Tel. (05 21) 400 21-0
E-Mail: info@fz-profiborse.de
Internet: www.fz-profiborse.de

Redaktion:
Bernd Lochmüller (verantwortlich)
Hartmut Kamphausen

Redaktionsanschrift:
Redaktionsbüro H. Kamphausen
Kreuzgartenstraße 1
79238 Ehrenkirchen
Tel. (0 76 33) 9 33 12 62
E-Mail: profiborse@pr-kamphausen.de

Gezeichnete Artikel decken sich nicht unbedingt mit der Meinung der Redaktion. Der Verlag haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte.

Anzeigenberatung und Verkauf:
Media- und Servicebüro Bernd Lochmüller
Bleichstr. 77a, 33607 Bielefeld
Tel. (0171) 610 26 78
E-Mail: info@fz-profiborse.de

Vertrieb/Abonnementservice:
Tel. (05 21) 4 00 21-0

Layout: Overländer visuelles..., 47441 Moers

Druck: KLOCKE PrintMedienService,
Mühlenstraße 14D, 33813 Oerlinghausen

Bezugspreis: 6 Ausgaben im Jahresabonnement (Inland) kosten 35,- € inkl. Versandkosten und Mehrwertsteuer; Ausland 48,- € inkl. Versandkosten und Mehrwertsteuer; Einzelheft 7,- € zzgl. Versandkosten. Bestellungen nehmen Buchhandlungen sowie der Verlag jederzeit entgegen.

Der Bezug der Zeitschriften zum vergünstigten Abonnementspreis verpflichtet den Besteller zur Abnahme eines gesamten Jahrgangs. Danach gilt eine Kündigungsfrist von 10 Wochen zum Jahresende. Bei vorzeitiger Beendigung eines Abonnementsauftrages wird der Einzelpreis nachbelastet. Preisänderungen berechtigen nicht zur vorzeitigen Kündigung.

Die Zeitschrift und alle veröffentlichten Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Herausgebers strafbar.

schlütersche

ProfiBörse ist ein geschützter Titel
der Schlütersche Fachmedien GmbH

International Standard Serial Number (ISSN) 1436-9230

NEU

**Beeindruckt.
Besonders beim Ergebnis.**



**Beeindruckend schnell. Beeindruckend wirtschaftlich.
Beeindruckend kraftsparend. Beeindruckend perfekt.**

Eine neue Generation Senker: Der Kegelsenker 3S – Made in Germany.

Entwickelt mit der Expertise unserer Spezialisten aus der Entwicklung und ausgestattet mit einer optimierten Schneidengeometrie. Mit einer Performance, die du in der Anwendung spürst und am präzisen Senkbild siehst – für perfekte Ergebnisse.

Mehr Infos unter ruko.de

RUKO
BORN TO DRILL